

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH
RADIO 97,6 FM LA NUGRAHA LAMPUNG
PADA PROGRAM SIRAMAN ROHANI**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapai Tugas-tugas
dan Memenuhi Syarat-syarat Guna Mendapatkan Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos) Dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi

Oleh

ENDANG RISMAWATI

NPM:1441010246

Jurusan: komunikasi dan penyiaran islam (KPI)

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1439 H/2018 M**

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH
RADIO 97,6 FM LA NUGRAHA LAMPUNG
PADA PROGRAM SIRAMAN ROHANI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas
dan Memenuhi Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos) Dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi

Oleh
ENDANG RISMAWATI
NPM.1441010246

Jurusan: komunikasi dan penyiaran islam (KPI)

Pembimbing 1 : Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si
Pembimbing 11 : Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos, M.Sos.I

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1439 H/2018 M**

ABSTRAK

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH
RADIO 97,6 FM LA NUGRAHA LAMPUNG
PADA PROGRAM SIRAMAN ROHANI**

Oleh
Endang Rismawati

Strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Dakwah adalah metode penyampaian ajaran Islam berupa *amar ma'ruf nahi munkar*. Program siraman rohani adalah suatu program yang terdapat di dalam acara Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung.

Dengan demikian yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Strategi Komunikasi Dakwah Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung Pada Program Siraman Rohani? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Dakwah Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung Pada Program Siraman Rohani.

Jenis penelitian yang digunakan penulis merupakan penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknik penelitian lapangan (*Field Research*) Metode yang digunakan untuk melengkapi penelitian ini digunakan metode observasi non partisipan, wawancara dan dokumentasi serta menggunakan cara berfikir induktif.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung pada Program Siraman Rohani “Segmen Mari Tanya Ustad” yaitu tidak terlepas dari latar belakang dan proses penyusunan format siaran Siraman Rohani kemudian disajikan dengan pembukaan acara yang disampaikan oleh penyiar, kemudian materi dakwah yang disampaikan oleh narasumber yang mengisi ceramah, terakhir *closing* acara yang kembali disampaikan oleh penyiar Siraman Rohani “Segmen Mari Tanya Ustad”.

Strategi komunikasi dakwah yang digunakan dalam program Siraman Rohani “Segmen Mari Tanya Ustad” di Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung yaitu strategi dalam menyampaikan pesan dakwah di Radio La Nugraha Lampung dalam menyampaikan pesan dakwahnya menggunakan tiga tahapan yaitu, Perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan (controlling). Strategi dalam menyampaikan pesan dakwah di Radio La Nugraha Lampung jika dikaitkan berdasarkan teori Lasswell maka efek yang didapat dari siaran siraman rohani tersebut adalah menjadikan komunikator mengajak komunikan kearah yang positif dan strategi dalam bentuk isinya menggunakan pendekatan persuasif dan pendekatan informatif yang sering digunakan, yakni menekankan keterbukaan, kepercayaan dari masyarakat.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Dakwah, Radio, Siraman Rohani

PERSETUJUAN

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH RADIO 97,6 FM LA
NUGRAHA LAMPUNG PADA PROGRAM SIRAMAN
ROHANI**

Nama : **Endang Rismawati**

NPM : **1441010246**

Jurusan : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**


MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dan di pertahankan dalam sidang Munaqosyah
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

Bandar Lampung, 28 Juni 2018

Pembimbing I

Pembimbing II


Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si
NIP.196104091990031002


Yunidar Cut Mutia Yanti S.Sos., M.Sos.I
NIP. 197010251999032001

**Mengetahui,
Ketua Jurusan KPI**


Bambang Budiwiranto, M.Ag., MA(AS), Ph.D

NIP: 197303191997031001



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Hendro Suratmin, UIN Raden Intan Lampung Graha Fakultas Dakwah (35131)

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul : **"STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH RADIO 97,6 FM LA NUGRAHA LAMPUNG PADA PROGRAM SIRAMAN ROHAN"**, disusun oleh : **Endang Rismawati, NPM: 1441010246, Jurusan: Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)**. Telah diujikan dalam sidang munaqosah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada hari/tanggal: **Kamis, 28 Juni 2018.**

TIM DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : **Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos., M.Sos.I** (.....)
Sekretaris : **Septy Anggrainy, M.Pd** (.....)
Penguji I : **Mardiyah, M. Pd** (.....)
Penguji II : **Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si** (.....)

Mengesahkan
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi


Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si

NIP.196104091990031002

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ
خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٨﴾

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan” (Q.S Al-Hasyr : 18)



RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Negeri Campang Jaya, Lampung Utara pada tanggal 10 Juni 1996. Anak ke-dua dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Senin dan Ibu Mujiati

Adapun pendidikan yang telah ditempuh penulis dimulai tahun 2002:

1. MI Al-Hidayah Negeri Campang Jaya Lampung Utara lulus tahun 2008
2. SMP Kosgoro 1 Bandar Sribhawono Lampung Timur lulus tahun 2011
3. SMA Negeri 1 Bandar Sribhawono Lampung Timur lulus tahun 2014.

Dan pada tahun yang sama penulis masuk di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK) Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI), Selama menjadi mahasiswa, penulis juga menjadi mahasantri di Ma'had Al-Jami'ah UIN Raden Intan Lampung.

Penulis pernah berperan dalam bidang organisasi sebagai berikut:

1. Sebagai anggota Paskibra Kecamatan Bandar Sribhawono Lampung Timur tahun 2013.
2. Sebagai anggota Saka Bayangkara Polsek Bandar Sribhawono Lampung Timur tahun 2012-2016.
3. Jurnalistik Education Ma'had Al-Jami'ah UIN Raden Intan Lampung tahun 2015-2016.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur, tasbih, tahmid, tahlil dan takbir kepada Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana program studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI). Shalawat serta salam senantiasa penulis hanturkan kepada Nabi Muhammad SAW, teladan terbaik dalam segala urusan, pemimpin revolusioner dunia menuju cahaya kemenangan dunia dan akhirat, beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya.

Skripsi ini dapat penulis selesaikan atas bantuan dan bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof.Dr.H.Khomsahrial Romli,M.Si selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi sekaligus selaku pembimbing I dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Bambang Budiwiranto,M.Ag,MA(AS)Ph.D sebagai Ketua Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
3. Ibu Yunidar Cut Mutia Yanti,S.Sos,M,Sos.I selaku sekertaris jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam sekaligus selaku pembimbing II dalam penulisa skripsi ini.

4. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan pengetahuan dan segenap bantuan selama proses menyelesaikan studi.
5. Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung Bapak Choyrudin, Ibu Yuni Munaf, Ustad Syarif Thoibin, seluruh sub bagian Kelembagaan, Tata Usaha yang telah membantu proses penelitian ini.
6. Sahabat sekaligus saudara seperjuangan, KPI C angkatan 2014 (Mentari Novialista, Siti Khoiriyah, Lia Anjar Wati, Bintang Tiara Artviamita, Hafidzah ell Jannah, Ririh Nur aini Putri, Anisa Safitri) terimakasih atas persahabatan. Semoga kita mendapatkan apa yang kita impikan di masa depan.
7. Almamaterku tercinta Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung tempat penulis menimba ilmu dan pengalaman hidup.
8. Segenap pihak yang belum disebutkan diatas yang juga telah memberikan sumbangsih kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung.

Akhirnya ungkapan do'a terucap dengan ikhlas, mudah-mudahan seluruh jasa baik moril maupun materil berbagai pihak, dinilai baik oleh Allah SWT. Penulis sadari skripsi ini jauh dari kata sempurna. Untuk itu penulis harapkan kepada para pembaca kiranya dapat memberikan masukan dan saran yang membangun sehingga skripsi ini dapat lebih baik.

DAFTAR ISI

HALAMANJUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I :PENDAHULUAN.....	 1
A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	4
C. Latar Belakang Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah	10
E. Metode Penelitian	14
F. Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian	14
G. Tinjauan Pustaka	19
 BAB II :STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH DAN SIARAN RADIO..	 22
A. Strategi Komunikasi	22
1. Pengertian Strategi	22
2. Tahap-tahap Strategi	23
3. Pengertian Komunikasi	29
4. Elemen-Element Komunikasi	31
5. Strategi Komunikasi	33
B. Dakwah	38
6. Pengertian Dakwah	38
7. Strategi Dakwah	39
8. Unsur-Unsur Dakwah	40
9. Metode Dakwah	41
10. Sumbber Metode Dakwah	42
11. Tujuan Dakwah	43
12. Media Dakwah	43
13. Efek Dakwah	44

14. Tujuan Komunikasi Dakwah	45
C. Siaran Radio	46
1. Pengertian Siaran	46
2. Pengertian Radio	46
3. Karakteristik Radio	48
4. Kelebihan dan Kekurangan Radio	49
5. Radio Sebagai Media Dakwah	50
BAB III RADIO 97,6 FM LA NUGRAHA LAMPUNG	52
A. Gambaran Umum Radio 97,6 FM La Nugraha Lmapung	52
1. Sejarah Berdirinya Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung ...	52
2. Visi dan Misi Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung	54
3. Identitas Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung	55
4. Program Harian Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung	56
5. Jadwal program siaran Radio La Nugraha Lampung	59
6. Aspek program Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung	61
7. Struktur Organisasi Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung..	62
8. Strategi Komunikasi Dakwah Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung	64
9. Gambaran Umum Program Siraman Rohani Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung	67
BAB IV STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH RADIO 97,6 FM LA NUGRAHA LAMPUNG PADA PROGRAM SIRAMAN ROHANI	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran	82
C. Penutup.....	82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Identitas Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung	55
Tabel II	Jadwal Program Siaran Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung	59
Tabel III	Aspek Program Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung	61



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 :Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 :Pedoman Observasi
- Lampiran 3 :Pedoman Dokumentasi
- Lampiran 4 :Daftar Nama-Nama Sampel
- Lampiran 5 :Kartu Konsultasi Skripsi
- Lampiran 6 :Surat Keputusan (SK) Judul Skripsi
- Lampiran 7 :Surat Keterangan Penelitian di Lokasi
- Lampiran 8 : Dokumentasi
- Lampiran 9 : Grid Program Siaran Siraman Rohani
- Lampiran 10 : Photo-photo Kegiatan Interview

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Judul skripsi ini **STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH RADIO 97,6 FM LANUGRAHA LAMPUNG PADA PROGRAM SIRAMAN ROHANI**

Untuk menghindari kesalah pahaman dan menjaga anggapan yang salah terhadap skripsi ini, maka terlebih dahulu penulis jelaskan masing-masing istilah yang terdapat di dalamnya, sehingga pembaca dapat memahami dengan baik.

Adapun pengertian istilah-istilah tersebut adalah :

Strategi, Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *strategi* adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.¹ Menurut Bintoro Tjokro Wijoyo dan Mustafat Jaya, strategi adalah keseluruhan langkah-langkah dan rangkaian kebijaksanaan guna mencapai suatu tujuan atau untuk mengatasi persoalan yang ada.²

Komunikasi, Secara etimologis istilah komunikasi berasal dari bahasa latin, yakni *communicare*. Artinya berbicara menyampaikan pesan, informasi, pikiran, perasaan, gagasan dan pendapat yang dilakukan oleh seseorang kepada yang lain dengan mengharapkan jawaban, tanggapan atau arus balik (*feedback*). Kata bendanya dalam bahasa Latin ialah *communication* (dalam bahasa inggris,

¹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Pusat Bahasa, 2008), h.1529

² Bintoro Tjokro Wijoyo dan Mustafat Jaya, *Teori dan Strategi Pembangunan Nasional*, (Jakarta: Gunung Agung, 1990), h.13

communication) artinya pemberitahuan, pemberi bagian dalam pertukaran; pidato yang oleh pembicara dimintakan pertimbangan para pendengar. Jadi semacam dialog. Harus ada arus balik (umpan balik) atau *feedback* ; pergaulan, persatuan, kesatuan, persaudaraan, hal ikut mengambil bagian, kerjasama.

Jadi *komunikare* berarti pula dua atau lebih orang, atau sistem, bertindak bersama, bertemu berada bersama-sama baik secara langsung (tatap muka) maupun melalui media atau saluran tertentu (komunikasi antarpribadi beralat) membagi pengetahuan, pengalaman, pikiran, gagasan dan perasaan.³

Dakwah, Di tinjau dari segi bahasa “Da’wah” berarti panggilan, seruan atau ajakan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa arab disebut *mashdar*. Sedangkan bentuk kata kerja (*fi’il*) nya adalah berarti memanggil, menyeru atau mengajak (*Da’a, Yad’u, Da’watan*). Orang yang berdakwah biasa di sebut dengan Da’i dan orang yang menerima dakwah atau orang yang didakwahi disebut dengan Mad’u.⁴

Secara terminologis dakwah islam telah banyak didefinisikan oleh para ahli. Ahmad Ghusuli menjelaskan bahwa dakwah merupakan pekerjaan atau ucapan untuk mempengaruhi manusia supaya mengikuti Islam. Sedangkan Ismail Al-Faruqi mengungkapkan bahwa hakikat dakwah adalah kebebasan, universal,

³ Andi Abdul Muis, *Komunikasi Islami* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), h. 37

⁴ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajawali Pers , 2012), h.1

dan rasional. Dan kebebasan inilah menunjukan bahwa dakwah itu bersifat *universal* (berlaku untuk semua umat dan sepanjang masa).⁵

Radio tepatnya radio siaran (*broadcasting radio*) merupakan salah satu jenis media massa, yakni sarana atau saluran komunikasi massa (*channel of mass communication*). Ciri khas utama radio adalah AUDITIF, yakni dikonsumsi telinga atau pendengaran. “Apa yang dilakukan radio adalah memperdengarkan suara manusia untuk mengutarakan sesuatu.”⁶

Radio merupakan salah satu sarana informasi yang cukup efektif di zaman sekarang ini karena radio memiliki sifat langsung, dalam arti pesan yang disampaikan oleh radio akan langsung sampai pada audiensnya, ditambah keunggulan lainnya seperti tidak mengenal jarak, dan dapat dinikmati kapanpun. Hal ini yang membuat radio menjadi sarana yang efektif untuk berdakwah.

La Nugraha Lampung Yang dimaksud dengan La Nugraha Lampung adalah nama dari Radio yang berada di Jl. Saleh Raya No.2 Kedaton Bandar Lampung serta mengudara pada frekuensi 97,6 MHz.

Program Siraman Rohani Maksud dari kata program di sini adalah rancangan mengenai asas-asas serta usaha yang akan dijalankan. Sedangkan Siraman Rohani adalah program Radio La Nugraha Lampung yang selalu disiarkan setiap pagi hari mulai Pukul 05.00-06.00 WIB secara langsung dan program ini disiarkan secara rutin setiap hari. Dengan demikian program acara

⁵ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h.14

⁶ Asep Syamsul, *Broadcast Journalism Panduan Menjadi Penyiar Reporter dan Script Wraiter* (Bandung : Nuansa, 2010), h. 19

siraman rohani adalah usaha yang dilakukan pengelola Radio La Nugraha FM dalam menanamkan nilai ajaran Islam kepada pendengarnya dalam segala sendi kehidupan.

Dari penjelasan diatas penulis simpulkan bahwa judul dari Skripsi ini adalah Strategi Komunikasi Dakwah Radio La Nugraha Lampung Pada Program Siraman Rohani di segmen Mari Tanya Ustad. Yang penulis maksud adalah bagaimana Strategi Komunikasi Dakwah Radio tersebut dalam menyampaikan pesan dakwah pada komunikan (pendengar) melalui program siraman rohani yang disiarkan disetiap pagi.

B. Alasan Memilih Judul

Alasan penulis memilih judul ialah sebagai berikut :

1. Pada zaman modern saat ini dakwah tidak hanya dilakukan dengan melalui ceramah bertatap muka saja, namun melalui media massa yaitu radio, terkadang masyarakat pun rutin mendengarkan program siaran dakwah di radio. Oleh karenanya radio memiliki keunggulan daripada televisi, yaitu dapat dimiliki orang banyak karena harganya yang terjangkau, dapat dinikmati di mana-mana seperti rumah, kantor, mobil, kebun dan sebagainya. Juga dapat mendengarkan sambil melakukan aktivitas lainnya
2. Penulis merasa judul ini sangat menarik untuk diteleti, di samping untuk kepentingan dakwah juga sesuai dengan jurusan penulis selaku mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.

3. Penelitian ini didukung oleh ketersediaan referensi, waktu yang cukup, dana yang memadai dan lokasi penelitian yang cukup terjangkau sehingga memungkinkan penelitian ini selesai sesuai dengan waktu yang telah direncanakan.

C. Latar Belakang

Era teknologi informasi, berbagai bentuk media komunikasi telah mampu mempermudah manusia dalam melakukan interaksi dengan sosial lingkungannya. Bahkan, melalui media informasi ini, berbagai kegiatan manusia yang berhubungan dengan suatu “pemberitaan” kepada khalayak ramai, mampu dengan mudah didokumentasikan secara massal.

Salah satu media informasi yang memberikan peran penting bagi komunikasi atas suatu “pemberitaan” adalah radio. Dalam hal ini, radio telah menjadi sarana manusia untuk menjalin komunikasi dalam segala hal (ekonomi, pendidikan, kesehatan dan budaya).

Meskipun demikian, selain sebagai media penyampai “berita” tidak sedikit kemudian menjadikan radio sebagai sarana untuk mempengaruhi ruang kesadaran orang lain agar memiliki kesamaan perspektif dalam melihat sesuatu.

Dalam melaksanakan komunikasi dakwah, penggunaan radio sangatlah efektif dan efisien, melalui radio maka suara dapat dipancarkan ke berbagai daerah yang jaraknya tidak terbatas jika dakwah dilakukan melalui radio maka akan mudah dan praktis, dengan demikian maka dakwah akan mampu komunikasi

yang jauh dan tersebar, efektifitas dan efisiensi ini juga akan terdukung jika seorang da'i mampu memodifikasi dakwah dalam metode ceramah atau bentuk-bentuk siaran lainnya.

Dengan melihat manfaat yang diberikan sebuah radio bagi penyampaian suatu "berita" secara massal serta pengaruh yang mampu ditimbulkan dari pesan yang ada di dalamnya, sejatinya radio cukup efektif bagi dakwah Islam dewasa ini.

Bahkan dengan penggunaan misi dakwah melalui Radio La Nugraha FM, memiliki peran penting dalam mewarnai dakwah Islam dewasa ini. Hal ini terlihat dari program siraman rohani dalam siarannya setiap hari. Dan salah satu format komunikasi program siraman rohani yang efektif bagi penyampain misi dakwah.

Komunikasi dakwah masa lalu, dilakukan dengan tatap muka langsung secara personal ataupun berkelompok. Sesuai dengan perkembangan zaman teknologi, dunia dakwah menjadi berubah, dengan menggunakan teknologi informasi sekarang komunikasi dakwah bisa dinikmati tidak hanya pada satu tempat atau oleh satu kelompok saja namun bisa dinikmati oleh seluruh dunia dan kalangan.⁷

Menurut Mc. Luhan, teknologi media telah menciptakan revolusi ditengah masyarakat sudah tergantung pada teknologi dan tatanan masyarakat terbentuk

⁷ Naifu. Dakwah Media Massa, dari <http://naifu.wordpress.com>, diakses 9 Januari 2018.

berdasarkan pada kemampuan masyarakat menggunakan teknologi. Ia melihat, media berperan menciptakan dan mengelola budaya.⁸

Sarana-sarana komunikasi dakwah yang bisa digunakan oleh setiap da'i, lembaga atau organisasi untuk penyebaran dakwah Islamnya. Maka dari itu komunikasi dakwah lewat media sangat diperlukan. Media saluran komunikasi adalah semua alat atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Penentuan bentuk saluran komunikasi ini tergantung pada cara penyajian pesan, apakah langsung atau tidak langsung. Secara langsung dapat digunakan dengan kata-kata dan tatap muka, dan secara tidak langsung dapat menggunakan media cetak, televisi, radio, dan lain sebagainya.

Dakwah melalui radio merupakan suatu inovasi baru dalam syiar Islam, dan tentunya akan memudahkan para da'i dalam melebarkan sayap-sayap dakwahnya. Penggunaan radio sebagai media dakwah merupakan kesempatan dan tantangan untuk mengembangkan dan memperluas cakrawala dakwah Islamiyah. Sementara mewujudkannya mulai tenaga, pikiran dan sumber daya manusia yang mengerti akan dakwah dan radio.⁹

Radio 96,7 FM La Nugraha Lampung hadir sebagai salah satu radio yang mengemas secara khusus keselarasan antara program dakwah dan informasi tanpa meninggalkan fungsi radio sebagai media hiburan, yang disajikan dengan

⁸Morissan, Andy Corry Wardhani dan Farid Hamid, *Teori Komunikasi Massa* (Bogor:GhaliaIndonesia,2010), h.30.

⁹ Habib, Dakwah Melalui Dunia Maya,dari <http://zamrishabib.wordpress.com>, diakses 29 Desember 2017

kesejukan dalam tutur kata. Keunikan inilah yang telah membuat Radio ini menjadi referensi, dan cara hidup bagi masyarakat pendengar yang loyal yang bertujuan menjadikan keluarga muslim yang dinamis, modern namun tetap berpegang kepada nilai-nilai religius dengan toleransi tinggi”.

Saat ini komunikasi dakwah melalui radio merupakan salah satu sarana yang tepat sebagai media untuk memberikan pemahaman nilai-nilai Islam kepada masyarakat muslim.

Dakwah pada zaman dahulu hanya dibebankan kepada Nabi dan Rosul saja. Dengan adanya Islam dan Nabi Muhammad sebagai penutup para nabi dan rosul, maka dakwah diwajibkan kepada semua manusia dalam mengajak yang ma'ruf dan mencegah yang munkar. Surat Ali-Imran ayat 104 bisa dijadikan dasar bahwa dakwah adalah tugas kolektif seluruh kaum muslim sebagaimana ditegaskan dalam ayat berikut:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya : “ dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar merkalah orang yang beruntung.” (QS.Ali Imran:104)¹⁰

¹⁰ Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Bandung : Diponegoro, 2014), h. 50

Oleh karena itu, dakwah merupakan sebuah keharusan bagi umat Islam. Dengan baik yang bersifat teori dan praktek secara langsung. Dalam menjalankan aktifitas dakwah, terdapat hambatan-hambatan yang silih berganti sesuai dengan keadaan dan kebutuhan zaman.

Apapun alasannya, *amar ma'ruf nahi munkar* harus tetap dilaksanakan dalam kondisi bagaimanapun, kapanpun dan dimanapun. Maka dari itu, diperlukan upaya pengelolaan yang efektif dan efisien dengan memperhatikan semua unsur yang terkait didalamnya. Semua unsur tersebut itu merupakan satu integritas yang saling mendukung dan tidak dapat dipisahkan. Adapun unsur-unsur yang dimaksud, *pertama*, Da'i (*komunikator*) yakni orang yang menyampaikan pesan dakwah (*materi dakwah*), *kedua*, materi dakwah, merupakan isi pesan yang hendak disampaikan, *ketiga*, metode dakwah, yaitu suatu rangkaian cara yang digunakan oleh Da'i untuk menyampaikan pesan tersebut, *keempat*, media dakwah, yaitu perangkat keras (alat) atau perangkat lunak (media sosial) yang digunakan untuk menunjang penyampaian isi pesan dakwah, dan *kelima*, adalah Mad'u (komunikan), yaitu objek dakwah atau orang yang akan jadi sasaran dari aktifitas dakwah.

Dalam strategi komunikasi dakwah yang akan penulis teliti di Radio La Nugraha Lampung pada Program Siraman Rohani adalah melihat bagaimana perencanaan dari radio ini dalam pengembangan aktifitas dakwah pada era modern ini.

D. Rumusan Masalah

Sebelum penulis mengajukan apa yang menjadi masalah dalam penelitian ini akan dikemukakan pengertian masalah sebagai berikut: Menurut S. Margono mendefinisikan masalah adalah kesenjangan antara harapan akan sesuatu yang seharusnya ada dengan kenyataan yang ada.¹¹ Sedangkan menurut Kaelan rumusan masalah ialah merupakan suatu pertanyaan singkat yang harus dijawab dalam suatu penelitian, dengan merinci aspek-aspek apa saja yang akan dideskripsikan dalam suatu penelitian.¹²

Dari pengertian masalah di atas, bahwa dalam penelitian ini dapat dirumuskan masalah sebagai berikut “Bagaimana Strategi komunikasi Dakwah Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung Pada Program Siraman Rohani”?

E. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini tentu memiliki tujuan positif bagi penulis maupun yang membaca. Tujuan dari pelaksanaan penelitian ini sebagai berikut untuk mengetahui Strategi Komunikasi Dakwah Radio 97.6 FM La Nugraha Lampung Pada Program Siraman Rohani.

¹¹ Margono, *Metodelogi Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, , 1997), h.54.

¹² Kaelan, *Metode Penelitian Kualitatif Interdisipliner: Bidang Sosial, Budaya, Filsafat, Seni, Agama, dan Humaniora* (Yogyakarta: Paradigma, 2012), h.69.

2. Manfaat Penelitian

Kegunaan Penelitian Dengan tercapainya tujuan tersebut diharapkan penelitian ini diperoleh manfaat sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan kontribusi dan tambahan referensi, informasi atau teori-teori bagi studi-studi selanjutnya khususnya mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang mempelajari tentang ilmu dakwah. Dan dapat memberikan gambaran tentang penggunaan media massa khususnya radio yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan dakwah Islam secara efektif dan efisien.

b. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan motivasi dan kontribusi serta menambah wawasan bagi kalangan praktisi dakwah dan aktivis dakwah serta memberikan masukan terhadap para praktisi penyiaran terhadap pemanfaatan media elektronik sebagai media dakwah dengan kemasan yang lebih kreatif dan menarik. Kemudian memberikan inspirasi bagi para da'i dalam kegiatan dakwahnya, tidak hanya dilakukan di atas mimbar atau di dalam masjid saja, tetapi juga dapat dilakukan melalui media elektronik dengan tema kehidupan yang kaya akan pesan dakwah. Dan dapat memberi pengetahuan mengenai program dakwah di radio yang menarik serta dapat memenuhi kebutuhan spiritual khalayak dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

3. Populasi dan Sampel

A. Populasi

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan.¹³

Penelitian ini mengkaji tentang Strategi Komunikasi Dakwah Radio La Nugraha Lampung pada Program Siraman Rohani sehingga objek penelitian ini adalah Menejer, Da'i dan Karyawan Radio La Nugraha Lampung sebanyak 17 orang.

B. Sampel

Sampel adalah bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya secara representatif¹⁴.

Dalam penelitian ini, pengambilan sampel menggunakan metode *non random sampling* yaitu tidak semua individu dalam populasi diberi peluang sama untuk ditugaskan menjadi anggota sampel¹⁵. Sedangkan teknik yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu¹⁶.

¹³ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta:Salemba Empat,2016),h.87

¹⁴ Djaman Satori. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta cv,2014), h.46.

¹⁵ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Buku Press,2014),h.68

¹⁶ Wiratna Sujarweni, *Op.Cit.*h.72.

Adapun yang penulis tentukan sebagai sampel adalah :

1. Menejer (pimpinan) Radio La Nugraha Lampung
2. Kepala bagian penyiar,kreatif penyiar
3. Penyiar program siraman rohani(segmen mari tanya ustad)
4. Da'i (Kyai pada program siraman rohani segmen mari tanya usatad)

Berdasarkan kriteria tersebut, maka keseluruhan sampel yang mewakili berjumlah 1 Menejer 1 Kyai (Da'i) 2 karyawan Radio La Nugraha Lampung. jadi total sampel yang penulis butuhkan ialah 4 orang.

C. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subjek dimana data dapat diperoleh.¹⁷ Jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini memakai tehnik yang sesuai dengan subyek penelitian. Adapun jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah:

a. Sumber Data Primer

Data Primer merupakan data yang berupa fakta atau keterangan yang diperoleh secara langsung dari sumber data untuk tujuan penelitian sehingga diharapkan penulis dapat memperoleh hasil yang sebenarnya dari objek yang diteliti.

¹⁷ Suharsin Arikunto, *Produser Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*, (Rineka Cipta: Jakarta, 1998), hlm. 114

b. Sumber Data Sekunder

Pelengkap yang sifatnya melengkapi data yang sudah ada, data yang mengutip dari sumber lain sehingga tidak bersifat autentik karena sudah diperoleh dari tangan kedua dan selanjutnya, seperti buku-buku referensi, koran, majalah dan internet ataupun situs-situs lainnya yang mendukung dalam penelitian ini.¹⁸

F. Metode Penelitian

Untuk dapat memahami dan memudahkan pembahasan masalah yang telah dirumuskan, serta untuk mencapai tujuan penelitian ini, maka perlu adanya metode penelitian yang cocok dan sesuai untuk menyimpulkan. Agar penelitian ini berjalan, data-data yang lengkap dan tepat, maka diperlukan metode-metode penelitian sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Dilihat dari jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau lokasi penelitian¹⁹. Penelitian ini dilakukan di Studio Radio La Nugraha Lampung.

¹⁸ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Gajahmada Universitas Pers: Yogyakarta, 1998), hlm. 95

¹⁹ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), h. 96.

b. Sifat Penelitian

Dilihat dari sifatnya, penelitian ini bersifat deskriptif yaitu penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subyek atau obyek penelitian²⁰. Penelitian diskriptif berfokus pada penjelasan sistematis tentang fakta yang diperoleh saat penelitian dilakukan.

c. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknik penelitian lapangan (*Field Reaserch*) yang mana penulis membutuhkan penelitian langsung ke lapangan. Sedangkan dalam penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang menjelaskan maksud dari sumber data yang diperoleh. Oleh karena itu, peneliti dalam proses pengumpulan data harus memilih dan menerapkan teknik pengumpulan data yang terkandung dalam natural setting tersebut secara komprehensif, sehingga harus dipilih dan diterapkan teknik penelitian yang relevan dengan objek materialnya.²¹

Pengumpulan data pada penelitian ini antara lain dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun penjabaran dari ketiga teknik tersebut antara lain sebagai berikut:

²⁰ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta:Salemba Empat,2016),h.13.

²¹ Kaelan, *Op.Cit*, h.125

1) Observasi

Observasi adalah proses pengamatan kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu utamanya selain panca indra lainnya seperti telinga, mulut dan kulit. Yang dimaksud metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data-data penelitian ini dapat diamati oleh peneliti melalui penggunaan panca indra.²²

Dalam penelitian ini observasi yang digunakan adalah observasi non partisipan. Penulis berlaku sebagai pengamat dan tidak mengambil bagian kehidupan yang diobservasi dengan tujuan agar dapat diperoleh keterangan yang obyektif. Alasan penulis menggunakan metode ini adalah dapat mengingat-ingat lebih banyak atas fenomena yang perlu dicatat terhadap kondisi yang ada pada tempat penelitian. Yang diamati disini adalah bagaimana Strategi Komunikasi Dakwah Radio La Nugraha Lampung dalam menyampaikan pesan dakwah pada komunikan (pendengar) melalui program siraman rohani.

Dalam hal ini peneliti melakukan kunjungan langsung ke lokasi penelitian yaitu di Studio Radio La Nugraha Lampung yang menjadi sasaran peneliti untuk melakukan pengamatan.

²² Burhan Bungin. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PrenadaMedia. 2005) ,hlm.134.

2) Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari sumber data langsung melalui percakapan atau tanya jawab²³.

Dengan wawancara peneliti dapat memperoleh banyak data yang berguna bagi penelitiannya. Tipe wawancara yang penulis gunakan ialah wawancara tidak terstruktur.

Adapun alat pengumpul data wawancara ini peneliti tujuikan kepada Station Manager, Da'i dan karyawan Radio La Nugraha Lampung.

3) Dokumentasi

Dokumentasi ialah mencari data mengenai hal-hal berupa catatan, transkrip, dan buku-buku, surat kabar, majalah dan sebagainya²⁴. Dapat juga dikatakan bahwa teknik ini dalam pengumpulan datanya tidak langsung ditujukan pada subyek penelitian, namun melalui dokumen. Metode ini digunakan untuk melengkapi data yang berhubungan dengan gambaran umum atau obyek yang diteliti, dan dokumentasi yang diharapkan dapat diperoleh adalah berupa sejarah berdirinya, data-data mengenai profil, visi, misi, dan tujuan Radio La Nugraha Lampung.

²³ Djaman Satori. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta cv, 2014), h.46.

²⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), h. 11.

d. Teknik Analisa Data

Analisa data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan ke dalam suatu kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Pengumpulan data tersebut diproses dengan pengolahan data dengan jalan mengelompokkannya sesuai dengan bidang pokok bahan masing-masing. Setelah bahan dikelompokkan selanjutnya disusun, sehingga pembahasan yang akan dikaji dapat tersusun secara sistematis untuk selanjutnya digunakan dalam proses analisis data. Analisis dalam penelitian ini bersifat deskriptif. Analisis deskriptif pada dasarnya dapat dibedakan menjadi dua cara analisis induktif (sintetik) dan analisis deduktif (analitik).²⁵ Penelitian ini bersifat analisis deduktif. Cara berpikir deduktif adalah menarik kesimpulan dimulai dari pernyataan umum menuju pernyataan khusus dengan menggunakan penalaran atau rasio (berpikir rasional).²⁶

²⁵ Sutrisno Hadi, *Metodelogi Research* (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), h. 24

²⁶ Nana Sudjana, *Tuntunan Karya Ilmiah : Makalah, Skripsi, Tesis, Disertasi*, (Bandung: Sinar Baru, 1991), h. 6.

G. Tinjauan Pustaka

Dari beberapa skripsi yang penulis baca, banyak pendapat yang harus diperhatikan dan menjadi perbandingan selanjutnya di antaranya :

1. Yuliana Puspita Sari, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Raden Intan Lampung. Tahun angkatan 2010 dan penelitian ini selesai pada tahun 2014. Dalam penelitiannya membahas Dakwah Melalui Radio Wijaya Dalam Meningkatkan Kesadaran Beragama Masyarakat.²⁷ Dalam penelitiannya kesimpulan yang di ambil ialah, Dakwah Melalui Radio merupakan dakwah yang cukup efektif. Mengingat peran dan kelebihan radio di bandingkan dengan media lainya. Adapun kelebihan radio adalah harganya yang cukup murah, mudah mendapatkannya jangkauan siarannya yang jauh, penyajiannya yang secara langsung diterima oleh pendengar, dapat dimiliki sambil menikmati dengan mengerjakan aktivitas lain.
2. Siti Masrifah, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Raden Intan Lampung tahun angkatan 2004 Dakwah Melalui Radio Siaran (Studi Tentang Siaran Dakwah Wawasan Dunia Islam Pada Radio Gema Bunda Kandung Di Way Halim Permay Bandar

²⁷ Yuliana Puspita Sari, Dakwah Melalui Radio Wijaya Dalam Meningkatkan Kesadaran Beragama Masyarakat, (Bandar Lampung: jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Raden Intan Lampung)

Lampung)²⁸ dalam penelitiannya kesimpulan yang di ambil ialah, Dakwah merupakan suatu kegiatan yang harus dilaksanakan oleh seluruh umat Islam baik muslimin laki-laki baik muslim perempuan demi tercapainya masyarakat yang madani. Dalam perkembangan zaman kegiatan dakwah dapat dilakukan dengan cara dakwah bil-hal, dakwah bil-qolam, dan dakwah bil-lisan. Jenis-jenis kegiatan tersebut dapat dilakukan sesuai dengan kondisi masyarakat yang ada.

3. Jon Mery, mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Raden Intan Lampung tahun angkatan 2000, Radio Cakrawala Sebagai Media Dakwah Di Bandar Lampung (Studi Tentang Proses Penyiaran Dakwah).²⁹ Kesimpulan yang di ambil ialah, Radio Cakrawala sebagai salah satu mdia dakwah yang sedang berkembang di Bandar Lampung adalah patut mendapat dukungan dari umat Islam para pelaku dakwah mengingat bahwa keberadaan radio tersebut akan turut menunjang terhadap kegiatan dakwah di Bandar Lampung. Radio Cakrawala dapat dijadikan salah satu media alternatif bagi para pelaku dakwah untuk menyampaikan pesan-pesan agama. Para pelaku dakwah dapat bekerjasama

²⁸ Siti Masrifah, Dakwah Melalui Radio Siaran (Studi Tentang Siaran Dakwah Wawasan Dunia Islam Pada Radio Gema Bunda Kandung Di Way Halim Permay Bandar Lampung), (Bandar Lampung: jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Raden Intan Lampung)

²⁹ Jon Mery, Radio Cakrawala Sebagai Media Dakwah Di Bandar Lampung (Studi Tentang Proses Penyiaran Dakwah, (Bandar Lampung: jurusan Komunikasi dan Penyiaran Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Islam IAIN Raden Intan Lampung)

dalam memproduksi paket acara siaran dakwah yang lebih menarik sehingga dapat diterima oleh seluruh lapisan masyarakat.

Dari judul skripsi diatas intinya semua membahas mengenai Dakwah Melalui Radio Sedangkan peneliti mengambil judul “Strategi Komunikasi Dakwah Radio La Nugraha Lampung pada Program Siraman Rohani” Perbedaan dari penelitian sebelumnya yaitu terletak pada program yang disiarkan, waktu acara dan tempat penelitian selain itu objek penelitiannya juga berbeda.



BAB II

STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH DAN SIARAN RADIO

A. Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi

Strategi merupakan istilah yang sering di identikkan dengan “taktik” Sementara itu, secara konseptual strategi dapat dipahami sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan.³⁰ Strategi dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.³¹

William.J.Stanton mendefinisikan strategi sebagai suatu rencana dasar yang luas dari suatu tindakan organisasi untuk mencapai suatu tujuan³². Menurut Chandler and Andrews, strategi adalah keputusan-keputusan yang akan mempengaruhi kelangsungan perusahaan dan unit bisnis dalam jangka panjang.³³

Morrissey juga mendefinisikan strategi adalah untuk menentukan arah yang harus dituju oleh perusahaan agar misinya tercapai dan sebagai daya dorong yang akan membantu perusahaan perusahaan dalam menentukan produk, jasa dan pasarnya di masa depan.³⁴

³⁰ Badarudin, *Strategi Dakwah Pondok Pesantren Riyadhus Sholihin Dalam Pemberdayaan Komunikasi Sosial Pada Kelurahan Kota Baru Tanjung Karang Timur Bandar Lampung* (Bandar Lampung: IAIN Raden Intan Lampung, 2016),h.9.

³¹ Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka,2007), h.859.

³² Amirullah, *Manajemen Strategi* (Jakarta:Mitra Wacana Media,2015),h.4.

³³ Ismail Solihin, *Pengantar Manajemen* (Bandung: Erlangga,2009).h.70.

³⁴ Amirullah.*Op.Cit.*h.82.

Pendapat lain juga mengatakan bahwa strategi adalah suatu rencana yang disusun dan dikelola dengan memperhitungkan berbagai sisi dengan tujuan agar pengaruh rencana tersebut bisa memberikan dampak positif pada organisasi tersebut secara jangka panjang.³⁵

Berdasarkan definisi strategi diatas, maka dapat disimpulkan strategi adalah proses untuk menentukan cara untuk mengaplikasikan suatu program yang telah disusun sebelumnya secara struktur guna mencapai tujuan yang diinginkan oleh suatu perusahaan atau organisasi.

Jadi dapat penulis simpulkan bahwa strategi sangat dibutuhkan oleh semua perusahaan atau organisasi dan bahkan oleh individu dalam upaya mencapai tujuan karena dengan adanya strategi yang telah dibuat dan direncanakan akan mudah untuk mencapai suatu sasaran yang diperlukan. Dengan penerapan strategi akan menjadi perusahaan atau organisasi yang dapat bertahan dan memenangkan persaingan.

2. Tahap-tahap Strategi

Penyusunan strategi dilakukan dengan beberapa tahap yaitu :

a. Pengamatan Lingkungan

Pengamatan lingkungan adalah pemantauan, pengevaluasian dan penyebaran informasi dari lingkungan eksternal kepada orang-orang kunci dalam perusahaan. Pengamatan lingkungan merupakan alat manajemen untuk menghindari kejutan strategis dan memastikan kesehatan manajemen dalam jangka panjang.³⁶

³⁵Irham Fahmi, *Manajemen Strategi* (Bandung:Alfabeta.2014),h.2.

³⁶David,Thomas L.Wheleen, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta:Andi,2003),h.9.

b. Perumusan Strategi

Perumusan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dan kesempatan dan ancaman lingkungan dilihat dari kekuatan dan kelemahan. Perumusan strategi meliputi menentukan misi, menentukan tujuan-tujuan yang dapat dicapai, pengembangan strategi dan penetapan pedoman kebijakan³⁷.

1) Menentukan misi

Misi organisasi adalah tujuan dan alasan mengapa organisasi hidup. Misi yang disusun dengan baik mendefinisikan tujuan mendasar dan unik yang membedakan suatu perusahaan dengan perusahaan yang lain³⁸.

2) Menentukan tujuan-tujuan yang dapat dicapai

Tujuan adalah hasil akhir aktivitas perencanaan. Tujuan merumuskan apa yang akan diselesaikan dan kapan akan diselesaikan, dan sebaiknya diukur jika memungkinkan. Pencapaian tujuan perusahaan merupakan hasil dari penyelesaian misi³⁹.

3) Pengembangan strategi

Strategi perusahaan merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya⁴⁰.

³⁷*Ibid.*h.13.

³⁸*Ibid.*h.14

³⁹*Ibid.*

⁴⁰*Ibid.*

4) Penetapan pedoman kebijakan

Kebijakan menyediakan pedoman luas untuk pengambilan keputusan organisasi secara keseluruhan. Kebijakan juga merupakan kebijakan luas yang menghubungkan perumusan strategi dan implementasi. Kebijakan akan memberikan arahan yang jelas kepada seluruh manajer organisasi⁴¹.

Perumusan strategi dilakukan dengan menganalisis situasi. Analisis situasi mengharuskan para manajer untuk menemukan kesesuaian strategis antara peluang-peluang eksternal dan kekuatan-kekuatan internal, disamping memperhatikan ancaman-ancaman dan kelemahan-kelemahan internal⁴².

Teknik perumusan strategi yang penting dapat dipadukan menjadi kerangka kerja diantaranya :

1) Tahap Input (Masukan)

Dalam tahapan ini, proses yang dilakukan adalah meringkas informasi sebagai masukan awal, dasar yang diperlukan untuk merumuskan strategi⁴³.

2) Tahap Pencocokan

Proses yang dilakukan adalah memfokuskan pada penghasilan strategi alternatif yang layak dengan memandukan dengan faktor-faktor eksternal dan internal⁴⁴.

⁴¹*Ibid.*h.15

⁴²*Ibid.*h.193.

⁴³Fred R.David, *Manajemen Strategi Konsep* (Jakarta : Salemba Empat, 2002),h.160.

⁴⁴*Ibid.*h.183.

3) Tahap Keputusan

Menggunakan semacam teknik, diperoleh dari input sasaran dalam mengevaluasi strategi alternatif yang telah diidentifikasi dalam tahap kedua. Perumusan strategi haruslah selalu melihat kearah depan dengan tujuan artinya peran perencanaan amatlah penting dan memiliki andil yang besar⁴⁵.

c. Implementasi Strategi

Implementasi strategi adalah proses dimana strategi dan kebijakannya dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur. Untuk mendukung implementasi strategi yang telah disusun, para manajer divisi dan wilayah fungsional harus bekerja sama dengan rekan manajer lainnya dalam mengembangkan program, anggaran, dan prosedur yang diperlukan⁴⁶.

Implementasi strategi sering pula disebut sebagai tindakan dalam strategi karena implementasi berarti juga mobilisasi untuk mengubah strategi yang dirumuskan menjadi tindakan⁴⁷. Menetapkan tujuan, melengkapi kebijakan, mengalokasikan sumber daya dan mengembangkan budaya yang mendukung strategi merupakan usaha yang dilakukan dalam mengimplementasikan strategi⁴⁸. Implementasi yang sukses membutuhkan dukungan disiplin, motivasi dan kerja keras. Langkah-langkah implementasi strategi yaitu:

⁴⁵*Ibid.*h.198.

⁴⁶David, Thomas L. Wheleen. *Op. Cit.*h.194

⁴⁷Fred R. David. *Op. Cit.*h.198

⁴⁸*Ibid.*h.199.

1) Membuat program

Program adalah pernyataan aktivitas-aktivitas atau langkah-langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan perencanaan sekali pakai. Program dibuat untuk membuat strategi dapat dilaksanakan dalam tindakan.

2) Membuat Anggaran

Anggaran adalah program yang dinyatakan dalam bentuk satuan uang, setiap program akan dinyatakan secara rinci dalam biaya, yang dapat digunakan oleh manajemen untuk merencanakan dan mengendalikan. Merencanakan sebuah anggaran adalah pengecekan terakhir pihak manajemen terhadap kelayakan strategi yang dipilihnya.

3) Membuat prosedur

Prosedur adalah langkah-langkah atau teknik-teknik yang berurutan yang menggambarkan secara rinci bagaimana suatu tugas atau pekerjaan diselesaikan. Prosedur secara merinci berbagai aktivitas yang harus dikerjakan untuk menyelesaikan program-program perusahaan⁴⁹.

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan implementasi strategi merupakan jumlah keseluruhan aktivitas yang dibutuhkan dalam suatu organisasi untuk melaksanakan strategi.

d. Evaluasi dan Pengendalian

Evaluasi dan pengendalian adalah proses yang melalui aktivitas-aktivitas dan hasil kerja dimonitor dan kinerja sesungguhnya dibandingkan dengan kinerja yang diinginkan⁵⁰. Secara umum proses pengendalian terdiri dari tiga langkah yaitu :

⁴⁹ David, Thomas L. Wheleen. *Op. Cit.* .h.18.

⁵⁰ *Ibid.* h.384.

a. Pengukuran Kerja (*Measure The Performance*)

Pengukuran kinerja yaitu perbandingan antara standar dengan pelaksanaan. Perbandingan tersebut hendaknya berdasarkan pandangan ke depan. Dengan pandangan ke depan berarti jika ada penyimpangan maka penyimpangan ini dapat diperbaiki di dalam pelaksanaan⁵¹.

b. Membandingkan prestasi dengan standar (*Compare The Performance Match The Standard*)

Langkah ini dimaksudkan untuk membandingkan hasil-hasil yang telah diukur dengan target atau standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Apabila prestasi ini sesuai dengan standar, manajer berasumsi bahwa segala sesuatunya telah berjalan secara terkendali⁵².

c. Mengambil Tindakan Korektif (*Take Corrective Action*)

Tindakan ini dilakukan manakala prestasi rendah dibawah standard an analisis menunjukkan perlunya diambil tindakan. Para manajer dapat memilih diantara tiga tindakan yang memungkinkan diantaranya tidak melakukan tindakan apa-apa, mengoreksi kinerja yang sesungguhnya dan manajer dapat merivisi standar⁵³.

Dari tiga aktivitas untuk mengevaluasi strategi di atas dapat penulis simpulkan bahwa dalam evaluasi strategi harus mengkaji ulang faktor-faktor internal dan

⁵¹ Amirullah. *Op. Cit.* h.199

⁵² *Ibid.* h.200.

⁵³ *Ibid.* h.201

eksternal yang menjadi landasan seperti faktor yang menghambat dalam mencapai tujuan jangka panjang dan tahunan setelah itu mengukur kinerja dengan membandingkan hasil yang diharapkan dengan hasil yang sebenarnya agar bisa memperbaiki ancaman internal dan eksternal.

3. Pengertian Komunikasi

Komunikasi secara sederhana, dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan akibat tertentu. Dalam pelaksanaannya, komunikasi dapat dilakukan secara primer (langsung) maupun secara sekunder (tidak langsung).⁵⁴ Kegiatan komunikasi pada prinsipnya adalah aktivitas pertukaran ide atau gagasan secara sederhana, dengan demikian kegiatan komunikasi itu dapat dipahami sebagai kegiatan penyampaian pesan dari satu pihak ke pihak yang lain, dengan tujuan untuk tujuan komunikasi yaitu menghasilkan kesepakatan bersama terhadap ide atau pesan yang disampaikan tersebut.⁵⁵

Banyak pakar menilai bahwa komunikasi adalah suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat. Professor Wilbur menyebutnya bahwa komunikasi dan masyarakat adalah dua kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya, sebab tanpa komunikasi tidak mungkin masyarakat terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat maka manusia tidak bisa tidak berkomunikasi, karena memang ia adalah makhluk yang didatangkan untuk berkomunikasi.⁵⁶

Dapat penulis simpulkan dari pengertian-pengertian komunikasi di atas, bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dari komunikator

⁵⁴ Wahyu ilaihi, Komunikasi Dakwah, (Bandung: PT Remaja Rosdakrya, 2010), h.3

⁵⁵ Ibid. h.4

⁵⁶ Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), h.2

kepada komunikan baik secara primer (langsung) maupun secara sekunder (tidak langsung) yang menimbulkan efek timbal balik (*feedback*).

Secara umum ragam tingkatan komunikasi adalah sebagai berikut:

- a. Komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*) yaitu komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang yang berupa proses pengolahan informasi melalui panca indera dan sistem syaraf manusia.
- b. Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) yaitu kegiatan komunikasi yang dilakukan seseorang dengan orang lain dengan corak komunikasinya lebih bersifat pribadi dan sampai pada tataran prediksi hasil komunikasinya pada tingkatan psikologis yang memandang pribadi sebagai unik. Dalam komunikasi ini jumlah perilaku yang terlibat pada dasarnya bisa lebih dari dua orang selama pesan atau informasi yang disampaikan bersifat pribadi.
- c. Komunikasi kelompok (*group communication*) yaitu komunikasi yang berlangsung di antara anggota suatu kelompok. Menurut Michael Burgoon dan Michael Ruffner dalam Sendjaja, (1994) memberi batasan komunikasi kelompok sebagai interaksi tatap muka dari tiga atau lebih individu guna memperoleh maksud atau tujuan yang dikehendaki seperti berbagi informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah sehingga semua anggota dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat.
- d. Komunikasi organisasi (*organization communication*) yaitu pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi (Wiryanto, 2005:52).
- e. Komunikasi massa (*mass communication*). Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai suatu jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah audien yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media massa cetak atau elektrolis sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Kemudian Mulyana (2005:74) juga menambahkan konteks komunikasi publik. Pengertian komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak). Yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah atau kuliah (umum). Beberapa pakar komunikasi menggunakan istilah komunikasi kelompok besar (*large group communication*) untuk komunikasi ini.⁵⁷

Dari beberapa ragam komunikasi di atas penelitian penulis termasuk dalam komunikasi massa. Dalam pelaksanaannya penyampaian komunikasi harus menggunakan bahasa yang mudah di mengerti sehingga komunikan akan mengikuti

⁵⁷Onong, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta:Grasindo.Rosdakarya, 2002), h. 201.

apa yang di inginkan komunikator. Komunikasi Massa bersifat terbuka artinya komunikasi massa itu ditunjukkan untuk semua orang dan tidak ditunjukkan sekelompok orang tertentu. Oleh karena itu komunikasi massa bersifat umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa Fakta, Peristiwa, atau Opini. Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relative banyak dan tidak terbatas, bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama.

4. Elemen-Elemen Komunikasi

Menurut Joseph Dominick setiap peristiwa komunikasi akan melibatkan delapan elemen komunikasi yang meliputi : ⁵⁸

a. Sumber (Komunikator)

Proses komunikasi dimulai atau berawal dari sumber (*source*) atau pengirim pesan yaitu dimana gagasan, ide atau pikiran berasal yang kemudian akan disampaikan kepada pihak lainnya yaitu penerima pesan. Sumber atau pengirim pesan sering pula disebut dengan “komunikator”. Sumber atau komunikator bisa jadi adalah individu, kelompok atau bahkan organisasi. Komunikator mungkin mengetahui atau tidak mengetahui pihak yang akan menerima pesannya.

b. Enkoding

Encoding dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan sumber untuk menerjemahkan pikiran dan ide idenya kedalam suatu bentuk yang dapat diterima oleh indra pihak penerima.

c. Pesan

Ketika kita berbicara maka kata-kata yang kita ucapkan adalah pesan. Ketika menulis surat maka apa yang dituliskan diatas kertas adalah pesan. Jika tengah menonton televisi maka program yang disaksikan atau didengar adalah pesan. Pesan memiliki wujud yang dapat dirasakan dan diterima oleh indra. Perbedaan antara encoding dengan pesan karna keduanya tampak serupa. Encoding adalah proses yang terjadi di otak untuk menghasilkan pesan sedangkan pesan adalah hasil dari proses encoding yang dapat dirasakan oleh indra.

⁵⁸ Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, (Jakarta: Kecana, 2013), h.17

d. Saluran

Saluran atau channel adalah jalan yang di lalui pesan untuk sampai kepada penerima. Gelombang radio membawa kata-kata yang diucapkan penyiar di studio atau memuat pesan visual yang di tampilkan di layar kaca televisi, aliran udara juga dapat berfungsi sebagai saluran.

e. Dekoding

Kegiatan penerimaan pesan diawali dengan proses decoding yang merupakan kegiatan yang berlawanan dengan proses encoding. Decoding adalah kegiatan untuk menerjemahkan atau menginterpretasikan pesan fisik kedalam suatu bentuk yang memiliki arti bagi penerima.

f. Penerima

Penerima atau *receiver* atau disebut juga audiensi adalah sasaran atau target dari pesan. Penerima sering pula disebut dengan “komunikas”

g. Umpan Balik

Umpan balik atau *feedback* adalah tanggapan atau respons dari penerima pesan yang membentuk dan mengubah pesan berikut yang akan disampaikan sumber. Umpan balik menjadi tempat perputaran arah dari arus komunikasi. Artinya sumber pertama kemudian menjadi penerima sementara penerima pertama menjadi sumber baru. Umpan balik berguna bagi sumber karena umpan balik memungkinkan sumber untuk memberikan jawaban terhadap pertanyaan yang muncul.

h. Gangguan

Elemen terakhir dalam komunikasi adalah gangguan atau *noise*. Gangguan dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang mengintervensi proses pengiriman pesan. Gangguan yang sangat kecil mungkin dapat diabaikan, namun terlalu banyak gangguan dapat menghambat pesan untuk mencapai tujuannya.⁵⁹

Dapat penulis simpulkan dari berbagai elemen-elemen komunikasi diatas bahwa setiap seseorang melakukan komunikasi akan melibatkan berbagai elemen yaitu akan ada sumber (komunikator), lalu ada encoding kemudian ada pesan yang diucapkan oleh komunikator lalu ada saluran yang di lalui pesan untuk sampai kepada penerima lalu penerimaan pesan diawali dengan Dekoding dan penerima adalah sasaran atau target dari pesan yg tersampaikan kemudian ada umpan baik atau *feedback* adalah tanggapan atau respons dari penerima pesan dan dalam berkomunikasi biasanya juga itu ada gangguan atau *noise* Gangguan yang sangat

⁵⁹ Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 26

kecil mungkin dapat di abaikan, namun terlalu banyak gangguan dapat menghambat pesan untuk mencapai tujuannya.

5. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan suatu pola pikir dalam merencanakan suatu kegiatan mengubah sikap, sifat, pendapat, dan perilaku khalayak (komunikasi, hadirin, atau *mad'u*), atas dasar skala yang luas melalui menyampaikan gagasan-gagasan. Orientasinya terpusat pada tujuan akhir yang ingin dicapai, dan merupakan kerangka sistematis pemikiran untuk bertindak dalam melakukan komunikasi.⁶⁰ strategi komunikasi merupakan bagian dari perencanaan komunikasi, sedangkan perencanaan komunikasi sendiri, selain langkah awal dari manajemen komunikasi (fungsi manajemen yang pertama), juga merupakan kebijaksanaan menentukan langkah-langkah dan sumber daya yang harus digunakan dalam proses komunikasinya (*communication policy*).⁶¹

Dalam konteks komunikasi, strategi diperlukan untuk mendukung kekuatan pesan agar mampu mengungguli semua kekuatan pesan yang ada, khususnya dalam menciptakan efektifitas komunikasi. Menurut Mulyana komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya (orang-orang yang sedang berkomunikasi).⁶²

⁶⁰ Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah penerapan strategi komunikasi dalam dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), h.84

⁶¹ Ibid.h.85.

⁶² Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi* (Bandung:Remaja Rosdakarya, 2002), h. 107.

Seperti halnya dengan strategi dalam bidang apapun, strategi komunikasi harus didukung oleh teori, karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya. Harold D. Lasswell menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi ialah menjawab pertanyaan "*Who Says What Which Channel To Whom With What Effect?*".⁶³

Untuk mantapnya strategi komunikasi, maka segala sesuatunya harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam rumus Lasswell tersebut:

Who? (Siapakah komunikatornya)

Says what? (pesan apa yang dinyatakannya)

In which channel? (media apa yang digunakannya)

To whom? (siapa komunikannya)

With what effect? (efek apa yang diharapkan)⁶⁴

Jadi setrategi harus dapat memberikan kesatuan, arah, maksud dan tujuan serta memungkinkan dilakukan perubahan-perubahan proaktif yang diperlukan untuk membentuk masa depan sebuah lembaga atau organisasi.

Teori lain yang digunakan dalam penelitian ini ialah teori Melvin El Defleur Ia mengemukakan empat teori yang masing-masing ia namakan namun, yang penulis gunakan hanya satu. salah satu dari empat teori Melvin L. DeFleur, yaitu dengan mengambil teori *Cultural Norms Theory*, sebagai teori keempat yang

⁶³Cangara, Hafidz, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta:PT RajaGrafindo Persada, 2005), h. 163.

⁶⁴*Ibid*, h. 164.

diterangkan oleh Melvin, pada hakikatnya merupakan anggapan yang mendasar bahwa, melalui penyajian selektif dan penekanan pada tema tertentu, media massa menciptakan kesan-kesan tertentu pada khalayak.⁶⁵

Sehubungan dengan penggunaan teori tersebut, ada alasan bahwa teori ini sangat erat sekali hubungannya dengan strategi untuk memberikan pengaruh kepada norma-norma dan batas-batas situasi perorangan.

Pertama: Pesan komunikasi bisa memperkuat pola-pola yang sudah ada (*reinforce exiting patterns*) dan mengarahkan orang-orang untuk percaya bahwa suatu bentuk sosial dipelihara oleh masyarakat.

Kedua: Media massa bisa menciptakan keyakinan baru (*creat new shared conviction*) mengenai topik, dengan topik mana khalayak kurang berpengalaman sebelumnya.

Ketiga: Media massa bisa mengubah norma-norma yang sudah ada (*change exiting Norm*) dan karenanya mengubah orang-orang dari bentuk tingkah laku yang lain.⁶⁶

Sejalan dengan perkembangan pesat teknologi modern, maka tidak dapat dipungkiri bahwa tantangan dakwah semakin berat. Oleh karena itu, dakwah pada saat ini tidak dapat lagi hanya mengandalkan masjid dan majelis taklim sebagai upaya mengajak manusia kearah yang positif. Tapi juga memerlukan pemanfaatan media yang sesuai dengan kondisi dan perkembangan zaman.

Dapat penulis simpulkan bahwa strategi komunikasi adalah bagian dari perencanaan komunikasi yang diperlukan untuk mendukung kekuatan pesan agar mampu mengungguli semua kekuatan pesan yang ada.

Dalam dunia komunikasi, metode penyampaian itu dapat dilihat dari dua aspek yaitu: menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Menurut cara

⁶⁵*Ibid*, h. 24.

⁶⁶*Ibid*, h. 25.

pelaksanaannya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk yaitu, metode *redundancy* (*repetition*) dan *canalizing*.

- a) Metode *redundancy*, adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan pada khalayak. Dengan penggunaan metode ini, banyak manfaat yang dapat diambil darinya. Manfaat itu antara lain bahwa khalayak akan lebih memperhatikan pesan yang disampaikan komunikator. Hal ini karena justru kontras dengan pesan yang tidak diulang-ulang, sehingga ia akan menarik perhatian.
- b). Metode *canalizing*, mempengaruhi khalayak untuk menerima pesan yang disampaikan, kemudian secara perlahan-lahan merubah sikap dan pola pemikirannya ke arah yang kita kehendaki. Proses *canalizing* ini juga adalah memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak, tentunya bisa kita lakukan dengan memenuhi nilai-nilai standar kelompok atau masyarakat.

Namun bila hal ini kemudian tidak memungkinkan bagi komunikator, maka cara memecah perlahan komunikasi dengan anggota kelompoknya sehingga mereka tidak memiliki hubungan yang erat, dan kemudian komunikator menarik komunikasi tersebut dalam pengaruhnya menjadi bagian dalam strategi komunikasi *canalizing* ini.

Selain itu, metode *canalizing* kita bisa menggunakan teori *K Berlo* tentang *inference theory of empathy*, atau penurunan dari penempatan diri ke dalam tempat orang lain. Artinya komunikator mengandaikan diri (pribadi hayal) bagaimana ketika dia berada diposisi komunikasi. Adanya pribadi hayal ini, komunikator kemudian dapat menemukan dan mengidentifikasi persamaan-persamaan dan perbedaan dengan khalayak, sehingga dengan mudah melakukan penyesuaian diri dengan khalayak tersebut.⁶⁷

Dapat penulis simpulkan bahwa metode penyampaian itu dapat dilihat dari dua aspek yaitu: menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Menurut cara pelaksanaannya dapat diwujudkan dalam dua bentuk yaitu, metode *redundancy* (*repetition*) dan *canalizing*.

Sedangkan yang kedua menurut bentuk isinya dikenal metode-metode: informatif, persuasif, edukatif, kursif.

- a) Metode informatif, lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa: keterangan, penerangan, berita, dan sebagainya. Perlu diketahui, bahwa member bentuk tertentu terhadap isi suatu pesan pada khalayak tertentu, dengan sendirinya akan menghasilkan efek tertentu pula.

⁶⁷ Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi* (Bandung: PT Amrico, 1989), h. 59.

Dalam dunia publistik atau komunikasi massa dikenal salah satu bentuk pesan yang bersifat informatif, yaitu suatu bentuk isi pesan yang bertujuan untuk mempengaruhi khalayak dengan jalan memberi penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat yang benar pula.

b) Metode persuasif, yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikiran maupun perasaannya. Dengan demikian metode persuasif merupakan suatu cara untuk mempengaruhi komunikan, dengan tidak terlalu banyak berfikir kritis, bahkan kalau dapat khalayak itu dapat dipengaruhi secara tidak sadar dengan cara komunikator terlebih dahulu menciptakan situasi yang mudah kena sugesti.

c) Metode edukatif, memberikan sesuatu ide kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenarannya dengan disengaja, teratur dan berencana.

Oleh karena itu, suatu pernyataan kepada umum dengan memakai metode edukatif ini akan memberikan pengaruh yang mendalam kepada khalayak, kendatipun hal ini akan memakan waktu yang sedikit lebih lama dibanding dengan memakai metode persuasif.

d) Metode kursif, mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa tanpa memberi kesempatan berpikir untuk menerima gagasan-gagasan yang dilontarkan, dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, intimidasi dan biasanya di belakangnya berdiri kekuatan tangguh. Menyusun suatu pernyataan umum yang bersifat kursif ini tidaklah sefleksibel pernyataan umum yang lainnya, dan apabila memang ada kekuatan yang mendukungnya, tentu efeknya akan lebih besar.⁶⁸

Jadi metode yang penulis gunakan dalam bentuk isinya yaitu menggunakan metode informatif dan persuasif. Yang mana metode informatif digunakan untuk mempengaruhi khalayak dengan jalan memberi penerangan. Sedangkan persuasif untuk mempengaruhi komunikan, dengan tidak terlalu banyak berfikir kritis.

4. Pemilihan Media

Dalam menciptakan komunikasi yang efektif, pemilihan media memiliki peran penting. Menurut Jalaluddin Rahmat yang mengutip pandangan Elizabeth Noell

⁶⁸ *Ibid.* h.60

Neuman bahwa ada empat ciri pokok dalam berkomunikasi melalui media. Terutama bagi media massa.

- a) Bersifat tidak langsung, artinya bahwa harus melewati media teknis.
- b) Bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara satu peserta komunikasi.
- c) Bersifat terbuka, artinya ditujukan pada publik yang terbatas dan anonim.
- d) Mempunyai publik yang secara geografis tersebar.⁶⁹

Jadi media yang penulis gunakan pada penelitian ini adalah media radio.

Dimana radio tersebut bersifat tidak langsung, satu arah, terbuka dan umum.

B. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Dakwah berasal dari bahasa Arab dengan asal kata *da'a, yad'u* yang dalam bentuk mashdarnya *da'watan* yang mempunyai arti ajakan, seruan, panggilan, atau undangan.⁷⁰ Sedangkan menurut istilah, dakwah ialah segala usaha dan kegiatan yang sengaja berencana dalam bentuk sikap, ucapan dan perbuatan yang mengandung ajakan dan seruan baik langsung atau tidak langsung, ditujukan kepada orang perorangan, masyarakat atau kelompok masyarakat agar tergugah jiwanya, terketuk hatinya ketika mendengarkan perintah dan peringatan ajaran islam yang kemudian menghayati, menelaah dan mempelajari untuk diamalkan dalam kehidupan sehari-hari.

Secara terminologi banyak pendapat tentang definisi dakwah, antara lain :

- a. Menurut ya'qu dakwah adalah mengajak umat manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.
- b. Menurut Anshari dakwah adalah semua aktifitas manusia muslim di dalam usaha merubah situasi dari yang buruk pada situasi yang sesuai dengan ketentuan Allah SWT dengan di sertai kesadaran dan tanggung jawab baik terhadap dirinya sendiri, orang lain, dan terhadap Allah SWT.⁷¹

⁶⁹ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), h.189.

⁷⁰ Zulkifli Mustan, *Ilmu Dakwah* (Makassar: Pustaka Al-Zikra, 2005). h.2

⁷¹ Asep Muhidin, *Metode Pengembangan Dakwah* (Bandung: Pustaka Setia, 2002), h. 27

Dapat penulis simpulkan dari pendapat para ahli seperti diatas bahwa dakwah adalah suatu usaha atau proses yang di selenggarakan dengan sadar dan terencana, usaha yang dilakukan adalah mengajak umat manusia kejalan Allah, memeperbaiki situasi yang lebih baik (dakwah bersifat pembinaan dan pengembangan), usaha tersebut dilakukan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, yakni hidup bahagia sejahtera di dunia ataupun di akhirat.

Isyarat-isyarat yang di maksudkan dalam definisi dakwah mengarah pada keseriusan menjalankan tugas suci, dimana kegiatan yang di lakukan harus sistematis, karena segala pekerjaan dalam aktifitas dakwah selalu dilihat dari siapa pelakunya, sehingga aktivitas dakwah itu benar benar muncul dari sebuah pemahaman.⁷²

Oleh karenanya, dakwah merupakan kegiatan mengajak manusia kejalan yang telah di gariskan oleh Allah baik secara perorangan maupun secara kolektif, dengan penuh kesadaran yang di rencanakan secara sistematis demi mencapai tujuan hidup manusia yang lebih baik, dunia dan akhirat.

2. Strategi Dakwah

Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang di desain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Ada dua hal yang perlu di perhatikan dalam hal ini, yaitu :

- a. Strategi merupakan rencana tindakan (rangkain kegiatan dakwah) termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja, belum sampai tindakan.
- b. Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya, arah dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan. Oleh sebab itu sebelum

⁷² Ibid.h.28

menentukan strategi, perlu di rumuskan tujuan yang jelas serta dapat di ukur keberhasilannya.⁷³

Dengan demikian dapat penulis simpulkan bahwa strategi dakwah dapat diartikan sebagai proses menentukan cara dan daya upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal. Dengan kata lain strategi dakwah adalah siasat, taktik atau maneuver yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan dakwah.

3. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-Unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut di antaranya :

a. *Da'i* (pelaku dakwah)

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan maupun tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok, atau lewat organisasi/lembaga.

b. *Mad'u* (mitra dakwah)

Mad'u yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama islam maupun tidak atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan. Kepada manusia yang belum beragama islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka untuk mengikuti agama islam, sedangkan kepada orang-orang yang telah beraga islam dakwah bertujuan meningkatkan kualitas iman, Islam, dan ihsan.

c. *Maddah* (materi dakwah)

Maddah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi *maddah* dakwah adalah ajaran islam itu sendiri.

d. *Wasilah* (media dakwah)

wasilah (media dakwah) adalah alat yang digunakan untuk menyampaikn materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u* untuk menyampaikn ajaran islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai *wasilah*. Hamzah Ya'qub membagi *wasilah* dakwah menjadi lima macam yaitu : lisan, tulisan, lukisan, audiovisual, dan akhlak.

e. *Thariqah* (metode)

⁷³ Moh.Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*(Jakarta: Prenada Media Group,2004), h.350.

Metode adalah suatu cara yang bisa di tempuh atau cara yang di tentukan secara jelas untuk mencapai dan menyelesaikan suatu tujuan, rencana sistem, tata piker manusia.

f. *Atsar* (efek dakwah).

Atsar (efek dakwah) sering disebut *feed back* (umpan balik) dari proses dakwah.⁷⁴

Dari berbagai unsur dakwah diatas penulis dapat simpulkan bahwa setiap melakukan kegiatan dakwah maka akan menimbulkan unsure-unsur dakwah diantaranya akan ada *Da'i* (pelaku dakwah), lalu ada *Mad'u* (mitra dakwah) yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, kemudian setiap berdakwah pasti *Maddah* (materi dakwah) *Maddah* adalah isi pesan atau materi yang disamaikan *da'i* kepada *mad'u*, *Wasilah* (media dakwah) dan *wasilah* (media dakwah) adalah alat yang digunakan untuk menyampaikn materi dakwah, dan berdakwah itu harus menggunakan metode, Metode adalah suatu cara yang bisa di tempuh atau cara yang di tentukan secara jelas untuk mencapai dan menyelesaikan suatu tujuan, rencana. Dan setiap berdakwah tentunya aka nada efek dakwah atau umpan balik dari proses dakwah.

4. Metode Dakwah

Pengertian metode dari segi bahasa metode berasal dari dua kata “meta”(melalui) dan “hodos”(jalan,cara).⁷⁵ Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah Islam. Dalam penyampaian suatu pesan dakwah, metode sangat penting perannya, karena suatu pesan walaupun baik, tetapi disampaikan lewat metod yang tidak benar, maka pesan itu bisa aja di tolak oleh si penerima pesan. Ketika membahas tentang metode dakwah maka pada umumnya merujuk pada surat an-Nahl:125⁷⁶

⁷⁴ M.Munir, *Manajemen Dakwah* (Jakarta : Prenada Media Group, 2006), h. 21.

⁷⁵ Arifin, *Ilmu Pendidikan Islam* (Jakarta :bumi aksara,1991)h.61

⁷⁶ M.Munir, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), h.33.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ

رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَن ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah[845] dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.(QS.an-Nahl:125) ⁷⁷

Dari pengertian diatas dapat di ambil pengertian bahwa metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang da'i kepada mad'u untuk mencapai tujuan atas dasar hikmah (Perkataan yang tegas dan benar yang dapat membedakan antara yang hak dengan yang bathil).

5. Sumber Metode Dakwah

a. Al-Quran

Di dalam Al-Quran banyak sekali ayat-ayat yang membahas tentang masalah dakwah. Di antara ayat-ayat tersebut ada yang berhubungan dengan kisah para rasul dalam menghadapi umatnya.

b. Sunah Rasul

Di dalam sunnah rasul banyak kita temui hadist-hadist yang berkaitan dengan dakwah. Melalui cara hidup dan perjuangannya baik di Makkah maupun Madinah memberikan banyak contoh-contoh dakwah kepada kita.

c. Sejarah Hidup para Sahabat dan fuqoha

Dalam sejarah hidup para sahabat-sahabat besar dan para fuqaha cukuplah memberikan contoh baik yang sangat berguna bagi juru dakwah.

d. Pengalaman

Pengalaman juru dakwah merupakan pergaulannya dengan orang banyak yang kadangkala dijadikan *reference* ketika berdakwah. ⁷⁸

⁷⁷ Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemah* (Bandung : Diponegoro, 2014), h.224.

⁷⁸ M.Munir, *Metode Dakwah* (Jakarta : prenada media,2006), h. 20

Penulis dapat menyimpulkan bahwa sumber metode dakwah yaitu berdasarkan pengertian di atas sumber yang digunakan dalam berdakwah adalah Al-Qur`an dan Al-Hadist, sejarah para Sahabat dan Pengalaman juru dakwah.

6. Tujuan Dakwah

Menurut Arifin tujuan program kegiatan dakwah dan penerangana agama tidak lain adalah untuk menumbuhkan pengertian, kesadaran, penghayatan dan pengalaman ajaran agama yang dibawakan oleh aparat dakwah atau penerang agama⁷⁹

Pandangan lain dari A.Hasjmi tujuan dakwah islamiyah yaitu membentangkan jalan Allah agar dilalui umat manusia.ketika merumuskan pengertian dakwah, Amrullah Ahmad menyinggung tujuan dakwah adalah untuk mempengaruhi cara merasa, berfikir, bersikap dan bertindak manusia pada dataran individual dan sosiokultural dalam rangka terwujudnya ajaran islam dalam semua segi kehidupan⁸⁰

Dapat penulis simpulkan bahwa tujuan dakwah adalah mengubah sikap mental dan tingkah laku manusia yang kurang baik menjadi lebih baik atau meningkatkan kualitas iman dan islam seseorang secara sadar dan timbul dari kemauannya sendiri tanpa merasa terpaksa oleh apa dan siapapun.

7. Media Dakwah

Media berasal dari bahasa latin *medius* yang secara harfiah berarti perantara, dalam bahasa inggris *media* merupakan bentuk jamak dari *medium* yang berarti tengah, antara. Dari pengertian ini ahli komunikasi mengartikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang di sampaikan oleh komunikator

⁷⁹ Arifin, *Ilmu Pendidikan Islam*,(Jakarta:PT Bumi Aksara,2003).h.4

⁸⁰ Ahmad,Amrullah, *Dakwah Islam Dan Perubahan Sosial*(Yogyakarta: Primaduta, 1991),h.2

ke3pada komunikan (penerima pesan) daam bahasa arab media sama dengan *wasilah* atau dalam bentuk jamak, *wasail* yang berarti alat atau perantara.⁸¹

Dalam ilmu komunikasi, media dapat juga diklasifikasi tiga macam yaitu :

- a. Media terucap (*The Spoken Words*) yaitu alat yang bisa mengeluarkan bunyi seperti radio, telepon, dan sejenisnya.
- b. Media Tertulis (*The Printed Writing*) yaitu media berupa tulisan atau cetakan seperti majalah, surat kabar, buku, pamphlet, lukisan, gambar dan sejenisnya.
- c. Media Dengar andang (*The Audio Visual*) yaitu media yang berisi gambar hidup yang bisa dilihat dan di dengar yaitu film, video, televisi, dan sejenisnya.⁸²

Dapat penulis simpulkan bahwa media dakwah adalah sarana atau alat untuk menyampaikan pesan kepada khalayak dimana pesan yang disampaikan adalah dakwah.

8. Efek Dakwah

Jalaluddin rahmad menyatakan bahwa *efek kognitif* terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi. *efek afektif* timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berhubungan dengan emosi, sikap serta nilai. Sedangkan *efek behavioral* merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku.⁸³

Dapat penulis simpulkan Dalam setiap aktivitas dakwah pasti akan menimbulkan reaksi, artinya jika dakwah telah dilakukan oleh seorang da'i dengan materi dakwah, *wasilah*, dan *thariqoh* tertentu, maka akan timbul respons dan efek (*atsar*) pada *mad'u* (penerima dakwah).

⁸¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2004), h.403

⁸² Moh. Ali Aziz ,OP.Cip, h. 406.

⁸³ M.Munir, Op.Cip, h.35.

9. Tujuan Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah bertujuan untuk menciptakan suatu tatanan kehidupan individu dan masyarakat yang aman, damai, serta sejahtera yang dianugrahi oleh kebahagiaan jasmani dan rohani. Tujuan komunikasi dakwah penting dilakukan untuk umat islam berupaya dapat mewujudkan agenda kebajikan, keadilan, dan keindahan dalam kehidupan sehari-hari.

Sprit amar *ma'ruf* dan naHYi *munkar* merasuk ke dalam elemen-elemen kehidupan sekaligus menjadi barometer aktivitas kehidupan umat islam yang dilaksanakan secara terencana, kesinambungan, fleksibel, dan dinamis. Dakwah berdinamika sepanjang zaman dan tetap mencari keseimbangan dalam interaksi sosial. Walaupun demikian, nilai-nilai islam tetap langsung dalam berbagai kondisi yang baik. Perkembangan yang ada diantisipasi oleh islam. Muslim harus maju karena kemajuan merupakan kodrat manusia (*Al-Insan mandany bi al-thab'i*). oleh karena itu umat islam tidak boleh meninggalkan kebajikan substansial yang telah diajarkan oleh islam. Teknologi harus menyejahterahkan umat islam dan menjadi sesuatu yang positif bagi perkembangan manusia secara keseluruhan. teknologi yang berujung pada degradasi martabat manusia seharusnya ditinggalkan atau direstrukturisasi.⁸⁴

Komunikasi dakwah dilakukan dengan senantiasa mengharap ridha Allah Swt. Secara sistematis, tujuan komunikasi dakwah adalah, pertama, tazkiyatul *'I-Nafs*. Komunikator dakwah (dai) berusaha untuk membersihkan jiwa masyarakat dari nodanoda syirik dan pengaruh-pengaruh kepercayaan yang menyimpang dari kaidah islam. Suatu aktivitas dakwah diarahkan untuk mencerahkan batin individu dan kelompok, menemukan keseimbangan kehidupan yang dinamis. Kedua, pengembangan kemampuan membaca, menulis, dan memahami makna Al-Quran. Ketiga, membimbing pengamalan ibadah. Umat islam perlu mendapat bimbingan ibadah sehingga ibadahnya menjadi baik atau lebih baik. Keempat, meningkatkan kesejahteraan. Dakwah membawa umat islam pada peningkatan kesejahteraan umat baik sosial, ekonomi, maupun pendidikan.⁸⁵

dapat penjelasan-penjelasan diatas penulis simpulkan bahwa Strategi komunikasi dakwah adalah suatu cara untuk mengatur atau merencanakan sebuah

⁸⁴ Bambang Ma'Arif, *Psikologi Komunikasi Dakwah Suatu Pengantar* (Bandung : Simbiosis Rekatam Media, 2015), h. 132.

⁸⁵ Ibid. h. 133

pesan yang disampaikan oleh dua orang atau lebih guna untuk mengundang atau mengajak umat manusia kearah kebajikan menuju jalan Allah SWT dengan cara yang bijaksana.

C. Siaran Radio

1. Pengertian Siaran

Siaran adalah pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, baik bersifat interaktif maupun tidak.⁸⁶ Dalam menyampaikan siarannya penyiar harus menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan familier. Selain itu penyiar juga diharapkan memiliki kesederhanaan (*moderation*) menyangkut hal-hal yang bersifat fisik, tetapi juga dalam hal penggunaan bahasa sebagai alat untuk menyalurkan pikiran dan perasaan dalam gaya mengkomunikasikannya.⁸⁷

Dari pemaparan diatas dapat penulis simpulkan Siaran merupakan pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerima siaran.

2. Pengertian Radio

Radio adalah siaran atau pengiriman suara atau bunyi melalui udara. Radio juga dikenal dalam bahasa inggris *broadcasting* (*broad* = *luas*) yang dipahami sebagai penyiaran. Oleh sebab itu segala sesuatu dapat disiarkan melalui radio, seperti berita, music, pidato, puisi, drama dan dakwah yang dapat di dengar oleh masyarakat luas. Dengan isi siaran yang bersifat terbuka itu dan menyentuh khalayak

⁸⁶Marisson, *Manajemen media penyiaran strategi mengolah Radio dan Televisi*,(Jakarta:Kencana Perdana Media Group,2008),h.200.

⁸⁷ Ibid.h. 201

yang luas (massa), maka radio dinamakan media komunikasi massa atau media massa selain itu radio juga berarti pesawat penerima siaran radio.

Dapat penulis simpulkan bahwa siaran radio adalah rangkain pesan dengan isi siaran yang bersifat terbuka dalam bentuk suara atau bunyi yang dikenal melalui frekuensi tertentu.

Sebagai media penyiaran radio serumpun dengan Televisi dalam undang-undang no.3 2002 tentang penyiaran. Dalam undang-undang itu dirumuskan “penyiaran adalah kegiatan pemancar luasan siaran melalui sarana pemancaran dan atau sarana transmisi di darat, laut, atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat siaran.” dirumuskan juga, “penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan”⁸⁸

Selain itu, siaran radio dapat diterima atau di dengar bukan hanya oleh orang yang berpendidikan tinggi, tetapi juga oleh orang yang berpendidikan rendah. Radio mendapat banyak khalayak, terutama karena radio lebih banyak menghadirkan hiburan dan informasi yang aktual. Radio mampu melaporkan kepada khalayak mengenai peristiwa yang sedang berlangsung, yang disebut laporan pandangan mata. Bahkan banyak orang dalam fase pertama mendengar atau memperoleh berita melalui radio. Para dai atau mubaliq dapat menyiarkan secara lengkap ceramah agama.⁸⁹

Sebagai media komunikasi, radio dapat digunakan sebagai media dakwah dalam arti menyalurkan pesan-pesan dakwah dalam arti yang luas. Radio memiliki keunggulan terutama karena radio tidak mengenal rintangan geografis, seperti pada surat kabar atau film. Itulah sebabnya berita atau informasi melalui radio dapat diterima dimana saja, sehingga khalayaknya jauh lebih besar dari surat kabar dan film.

⁸⁸ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h.108

⁸⁹ Ibid. h.109.

hal ini juga di sebabkan karena pesawat penerima radio lebih murah, sehingga banyak orang dapat memilikinya.

1. Karakteristik Radio

Mengingat kekuatan radio adalah pada aspek pendengaran, maka metode dakwah yang digunakan lewat radio adalah dengan lisan. Untuk itu seorang penyiar yang profesional harus mampu mengemas materi dengan baik agar tidak menjenuhkan pendengar.

Menyampaikan ajaran-ajaran Islam melalui radio sangat berisiko mengingat objek atau sasaran berjumlah banyak dan heterogen. Kerena itu, bagi para penyiar dan da'i menggunakan radio sebagai media dakwah hendak memperhatikan karakteristik radio siaran yaitu :

1. Sifat siaran hanya bersifat untuk didengar
2. Bahasa yang digunakan haruslah bahasa tutur
3. Orang mendengar radio dalam keadaan santai, bisa sambil dimobil, tiduran, kerja dikantor, dan sebagainya.
4. Siaran radio mampu mengembangkan daya reka.
5. Siaran radio hanya bersifat komunikasi satu arah.⁹⁰

⁹⁰ Moeryanto Ginting Munth, *Media Komunikasi Radio* (Cet. I; Jakarta: Pustaka Sinar Harapan 1996), h. 97

2. Kelebihan dan Kekurangan Radio

Setiap media tidak terlepas dari adanya kekuatan dan kekurangan begitupun dengan Radio.

A. Kekuatan Radio adalah sebagai berikut :

- a. Radio dapat mendidik khalayak yang spesifik. Artinya Radio memiliki kemampuan untuk berfokus pada kelompok demografis yang dikehendaki.
- b. Radio bersifat *mobile* dan *portable*. Orang bisa menjijing Radio ke mana saja sumber energinya kecil dan sama *portable-nya*. Radio bisa menyatu dengan fungsi alat penunjang kehidupan lainnya, mulai dari senter, mobil, hingga *handpone*. Harga radio relatif jauh lebih murah dibandingkan media lain.
- c. Radio bersifat intrusif, memiliki daya tembus yang tinggi. Sulit sekali menghindar dari siaran radio, begitu radio di nyalakan, radio bisa menembus ruang-ruang di mana media lain tidak bisa masuk, misalnya di dalam mobil.
- d. Radio bersifat fleksibel, dalam arti dapat menciptakan program dengan cepat dan sederhana, dapat mengirim pesan dengan segera , dapat secepatnya membuat perubahan.
- e. Radio itu sederhana, sederhana mengoprasikannya, sederhana mengelolanya (tak serumit media lain), dan sederhana isinya. Untuk mendengarkan radio hanya dibutuhkan pendengaran, mendengar radio tidak diperlukan kemampuan baca dan abstraksi tingkat tinggi.

B. Kelemahan Radio

Sedangkan menurut Meeske tentang kekurangan Radio adalah :

- a. *Radio is aural only*. Satu-satunya cara yang diandalkan radio untuk menyampaikan pesan adalah bunyi (*sound*). Radio tidak dilengkapi dengan kemapuan untuk menyampaikan pesan lewat gambar.
- b. *Radio message are short lived*. Yang namanya pesan radio hidupnya hanya sebentar –*short lived*. Pesan radio bersifat satu arah, sekilas dan tidak dapat ditarik lagi begitu diudarakan. Karena itu menyampaikan pesan melalui radio bukan pekerjaan main-main. Tetapi harus dilakukan dengan hati-hati dan penuh bertanggung jawab.
- c. *Radio listening is prone to distraction*. Mendengarkan radio itu rentan gangguan. Radio hanya berurusan dengan satu indra saja yaitu pendengaran.⁹¹

Merujuk dari kekurangan dan kelebihan radio, maka dapat penulis simpulkan bahwa radio harus dikelola dengan baik agar pendengarnya bisa mendapatkan apa

⁹¹ Ibid. h.40

yang diinginkan dan dibutuhkan kebutuhan tersebut bisa berupa informasi dan hiburan.

3. Radio Sebagai Media Dakwah

Pada zaman modern saat ini, teknologi komunikasi di anggap penting sebagai sarana berkomunikasi. Dan saat ini perkembangan teknologi komunikasi mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal ini ditandai dengan tidak adanya lagi jarak yang tidak dapat dijangkau oleh manusia untuk berkomunikasi kapanpun dan dimana pun berada.

Dakwah melalui radio artinya memperlakukan dan memanfaatkan media paling populer di dunia ini seperti : channel, sarana, atau alat untuk mencapai tujuan dakwah. Jenis program dakwah di radio, selain ceramah dan dialog islam (talkshow), materinya terjemahan hadist, ayat Al-Quran, ungkapan sahabat Nabi Saw, Nasihat Ulama atau mutiara kata Islam. Jadi, di tengah keasyikan menikmati misalnya, lagu-lagu pop Indonesia, para pendengar “didakwahi” “secara tidak sadar” para da’I dan lembaga-lembaga dakwah harus memanfaatkan radio untuk menebarkan risalah islam.

Dakwah merupakan suatu usaha untuk mengajak, menyeru dan mempengaruhi manusia agar selalu berpegang pada ajaran Allah guna memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat. Mengajak ke jalan Allah wajib hukumnya. Keberhasilan ajakanya mencerminkan prospek dan pelestarian perkembangan islam dimasa mendatang . oleh karena itu sebagai sarana penyiaran agama radio juga dapat memberikan rangsangan terhadap persepsi atau tanggapan dan tingkah laku bagi masyarakat banyak. Masyarakat sensitif terhadap informasi bahkan menjadi salah satu kebutuhan pokok, selain kebutuhan sandang pangan dan papan. Semakin banyak orang berhubungan dengan informasi, maka akan semakin banyak pula pengetahuan bagi dirinya. Di dalam proses komunikasi sosial, peran ideal radio sebagai media publik adalah mawadahi sebanyak mungkin kebutuhan dan kepentingan pendengarnya.

Dengan demikian radio dalam proses dakwahnya berbeda dengan keberadaan media dakwah lainnya. Misalnya dalam penyiaran-penyiaran yang berupa ceramah tentang keagamaan yang semuanya itu merupakan upaya penyebaran ajaran yang

sudah diterima masyarakat sebagai pedoman hidup guna memperoleh kebahagiaan dunia akhirat.⁹²

Dapat penulis simpulkan bahwa Dakwah melalui Radio itu cukup efektif karena yang sifatnya umum, serempak jumlah pendengarnya banyak tanpa membatasi didaerah perkotaan maupun pedesaan dapat menikmatinya, serta bentuk acaranya yang bersifat dialog, sehingga tidak hanya mendengarkan saja. Tetapi mampu berinteraksi dengan pendengar untuk mendiskusikan pesan dakwah yang disampaikan oleh Da'i yang berperan sebagai komunikator.



⁹² Radio Sebagai Media Dakwah dari <http://www.islamcendekia.com>, di akses (15 Februari 2018)

BAB III

PROFIL RADIO 97,6 FM LA NUGRAHA LAMPUNG

A. Gambaran Umum Radio 97,6 Fm La Nugraha Lampung

1. Sejarah Berdirinya Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung

Penulis melakukan wawancara secara langsung dengan Station Manajer Radio La Nugraha Lampung berikut pemaparannya :

Pada awalnya radio La Nugraha Lampung itu adalah radio Kencana dan radio kencana berdiri pada bulan Februari di tahun 1999 awalnya radio kencana itu berdaa di Way Jepara dan pada tahun 2000 radio kencana dari way jepara pindah domisili ke Bandar Lampung. Di Bandar Lampung radio kencana menepati frekuensi 107,2 dan sekitaran tahun 2004 frekuensi berubah dari 107,2 jadi 97,6, dan seiring berjalanya waktu 2015 tepatnya dibulan Juni 2015 nama sebelum radio kencana panggilan sapa udaranya adalah mitra kencana dan pada bulan Juli 2015 berubah menjadi pendengar La Nugraha Lampung.⁹³

Radio merupakan sarana informasi dan hiburan yang bisa di jangkau oleh seluruh lapisan masyarakat, oleh karena hal tersebut yang membuat kami terinspirasi untuk mendirikan Radio Swasta ini. Radio Kencana Nadaswara (K.FM) yang beralamat di Jalan Raden Saleh Raya No.25 Kedaton Bandar Lampung Telpon/fax 0721-787672, Studio 0721 705270, berdiri pada tanggal 15 Februari 2000 dengan Frekuensi FM 107.2 dan merupakan Radio Female satu-satunya di Bandar Lampung.⁹⁴

Maksud kami mendirikan Radio Female adalah menyalurkan aspirasi perempuan bisa terwujud di era globalisasi yang semakin pesat, banyak suara

⁹³ Choy Rudin, Wawancara dengan Manajer Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung, Tanggal 28 Mei 2018).

² Dokumen Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung.

perempuan tidak di salurkan didalam kehidupan sehari-hari dan mersa kurang di perhatikan, kami berharap dengan adanya radio female ini bisa membantu memberikan informasi terbaru tentang perkembangan yang positif untuk pendengar Radio Female.⁹⁵ Seiring dengan waktu ternyata Radio Female di Bandar Lampung tidak bisa memberikan income/pemasukan yang memadai untuk menutupi oprasional perusahaan ini. Karena produk yang disiarkan Radio Female cenderung sedikit, tidak semua produk dapat disiarkan di Radio kami, sedangkan produk plilihan untuk perempuan hanya sedikit (terbatas).

Oleh karena itu pada Tahun 2002 kami berpindah jalur ke segmen yang umum artinya semua kalangan bisa menikmati sajian program-program music dan iklan di radio kami, music yang kami sajikan 75 % lagu Mancanegara (Barat/Asing), 25 % lagu Indonesia. Bisnis Radio di Bandar Lampung semakin sulit karena banyak pendatang yang mendirikan radio di Bandar Lampung, otomatis budget iklan yang ada dibagi untuk beberapa Radio dan itu merupakan pengurangan pemasukan untuk Radio ini.⁹⁶

Pada Tanggal 01 Juli 2003 kepemilikan Radio kencana Nadaswara berpindah tangan dari pemilik yang lama yaitu bapak Faizal Sodri ke pemilik yang baru bapak Hi.M.Yunus dan pada tanggal 11 September 2003 akta pembelian saham atas PT.Radio Kencana Nadswara telah sah dikeluarkan Notaris Akhmadi Dachlan SH.

⁹⁵ Dokumen Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung.

⁹⁶ *Ibid.*

Program yang ada berubah total dari penyajian musiknya maupun iklan-iklan yang ada, segmentasi kita adalah Umum/Keluarga. Music yang kami sajikan 90 persen lagu Indonesia, 10 persen lagu Etnis/Daerah.⁹⁷

Pada bulan Maret 2004 pemerintah mengadakan pelaksanaan pengalihan kanal frekuensi bagi penyelenggara Rdio Siaran FM di seluruh Indonesia. Frekuensi Radio kencana FM yang semula 107,2 berubah menjadi Kencana FM 97,6. Dan berlaku mulai 2004, segmentasi kita multi segmen yaitu umum/ keluarga . lagu yang kami siarkan tetap sama yaitu 90 persen lagu Indonesia, 10 persen lagu etnik dari daerah. Dan pada bulan juli 2015 nama panggilan udara kami dari kencana FM 97,6 Berubah menjadi pendengar La Nugraha Lampung.⁹⁸

2. Visi dan Misi Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung

Adapun Visi dan Misi Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung adalah sebagai berikut :

- A. VISI Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung adalah untuk memberikan informasi dan hiburan yang positif kepada masyarakat luas untuk kemajuan Provinsi Lampung
- B. MISI Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung adalah Menjadikan Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung sebagai media penghibur dan informasi yang terjangkau dan dapat diminati di tengah berbagai aktifitas dan kesibukan

⁹⁷ *Ibid.*

⁹⁸ *Ibid.*

Masyarakat Kota Bandar Lampung.⁹⁹

3. Identitas Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung

Berikut adalah Identitas Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung

Tabel. 1

Nama Perusahaan	PT. RADIO KENCANA NADASWARA
Nama Stasiun	La Nugraha Lampung
Alamat Studio	Jl. Raden Saleh Raya No.25 Kedaton – Bandar Lampung 35141
Frekuensi	FM 97,6 MHz
No.Izin Siaran	01010024 – 000SU/20052007
No.Anggota PRSSNI	626 – XI/1993
Call Sign	PM 8 FFI
Email	kencana_976fm@yahoo.co.id
Radius Jangkauan	Bandar Lampung dan sekitarnya
	Natar dan Sekitarnya
	Branti dan Sekitarnya
	Sribhawono dan Sekitarnya
	Gading Rejo dan Sekitarnya
	Pringsewu dan Sekitarnya
	Metro dan Sekitarnya
	Punggur dan Sekitarnya

Sumber: *Dokumentasi* Radio 97,6 fm La Nugraha Lampung.¹⁰⁰

⁹⁹ Dokumen Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung.

4. Program Harian Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung

Secara keseluruhan kegiatan dan acara pada Radio 97,6 La Nugraha Lampung sebagai berikut :

1) Program pembuka

Program pembuka hari dalam kesejukan alunan Al-Quran dan sholawat serta dilengkapi do'a pagi Al-Quran dan murottal.

2) Adzan Subuh

Program Adzan subuh

3) Siraman Rohani

Program tausiah harian dengan materi yang khas dan menarik sebagai bekal diawal aktifitas dipagi hari

4) Nuansa Pagi

Program dengan berbagai informasi terkini dan aktual yang disajikan secara cerdas dan dinamis.

5) Dunia Anak

Keceriaan khas dunia anak-anak tersaji lengkap dalam dunia anak-anak. Anak-anak usia 3 samapai 14 tahun dapat mengekspresikan bakat istimewa mereka lewat ajang bernyanyi (karaoke), baca puisi, menceritakan pengalaman mereka saat liburan atau aktivitas sekolah. Dunia anak juga menghadirkan dongeng-dongeng mancanegara yang akan memperkaya khasanah pengetahuan anak-anak.

6) Simpony Pagi Indah

¹⁰⁰ Ibid.

Program yang menyajikan informasi dengan diselingi lagu-lagu manca Negara berirama country.

7) Kado Manis Ulangtahun

Program acara yang dikhususkan untuk pendengar yang ingin berkirin special untuk keluarga, pacar, atau teman yang sedang berulang tahun dan pendengar hanya bisa berkirin untuk satu orang saja..

8) Dunia Wanita

Program acara ini menyajikan seputar dunia wanita tentang fashion, kesehatan, kecantikan, gaya hidup, fiqih wanita menu masakan dunia muslimah dan lain sebagainya, acara ini menyuguhkan lagu-lagu dangdut.

9) Talk show

Menyajikan informasi, memperluas informasi melalui proses diskusi, memberikan informasi pada masyarakat, dan dialog ini dilakukan dengan dosen, acara dialog dengan narasumber tenaga pengajar perguruan tinggi, acara dialog dengan artis.

10) Informasi dan tips

Program yang menyajikan acara ringan yang menghibur dengan lagu beserta informasi dan tips .

11) Music penghantar istirahat siang

Program Acara yang menyajikan lantunan tembang-tembang sweet memories akan menemani istirahat sejenak setelah setengah hari beraktivitas

12) Tembang kenangan

Program tembang kenangan adalah ruang bagi pendengar yang merindukan lagu-lagu kenangan pop Indonesia era 70 an dan 80 an, pendengar bisa rikues via sms.

13) Inbox 23

Program yang memberikan tema , masalah yang pernah di alami oleh pendengar La Nugraha Lampung lalu diutarakan kepada penyiar.

14) LPA - Lagu Pilihan Anda

Yang menyajikan lagu Indonesia terbaru yang disajikan untuk pendengar dan bisa rikues via sms

15) Kenangan Senja

Program yang menyajikan lagu-lagu Indonesia kenangan tahun 60-80 an

16) Lagu Lampung

Program acara yang secara khusus menyajikan lagu-lagu lampung.

17) Bingkisan Musik Untuk Anda

Acara yang dikhususkan untuk pendengar yang ingin berkirim spesial untuk keluarga, teman atau pacar yang sedang berulang tahun, ultah pernikahan, kenaikan pangkat atau dikirim khusus untuk seorang yang sangat dicintai.

18) Music etnik

Program acara yang menyajikan music-musik etnik

5. Jadwal Program Siaran Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung

Banyaknya program siaran di produksi oleh Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung, maka dibuatlah roundup siaran program acara tersebut dengan baik agar jadwal siaran program acara tersebut efektif dan efisien saat di konsumsi oleh pendengar La Nugraha Lampung. Berikut jadwal siaran radio La Nugraha Lampung

Tabel. 11

PROGRAM HARI SENIN-SABTU		PROGRAM HARI MINGGU	
JAM	ACARA	JAM	ACARA
04.00	Pembukaan	04.00	Pembukaan
04.00-05.00	Pengajian Mekkah/Adzan Subuh	04.15-05.00	Pengajian Mekkah/Adzan Subuh
05.00-05.30	Siraman Rohani	05.00-06.00	Siraman Rohani
05.30-06.15	Nuansa Pagi	06.00-07.00	Bangun Pagi
06.15-07.00	Dunia Anak	07.00-08.00	Simpony Pagi Indah
07.00-08.00	Simpony Pagi Indah	08.00-09.00	Dunia Anak
08.00-09.00	Kado Manis Ulang Tahun	09.00-10.00	Dunia Wanita
09.00-10.00	Dunia Wanita	10.00-11.00	Wanita Muslimah
10.00-11.00	Talk Show	11.00-12.00	Informasi dan Tips
11.00-12.00	Informasi dan Tips	12.00-13.00	Musik Penghantar Istirahat Siang
12.00-13.00	Musik Penghantar Istirahat Siang	13.00-14.00	Tembang Kenangan
13.00-14.00	Tembang Kenangan	14.00-15.00	Inbox 23
14.00-15.00	Inbox 23	15.00-16.00	Informasi dan Tips

15.00-16.00	Informasi dan Tips	16.00-17.00	My Story(Lagu Indonesia)
16.00-17.00	LPA - Lagu Pilihan Anda	17.00-18.00	Kenangan Senja
17.00-18.00	Kenangan Senja	18.00-18.30	Qosidah/Pengajian/Adzan Magrib
18.00-18.30	Qosidah/Pengajian/Adzan Magrib	18.30-19.00	Lagu Lampung
18.30-19.00	Lagu Lampung	19.00-20.30	Bingkisan Musik Untuk Anda
19.00-20.30	Bingkisan Musik Untuk Anda	20.30-21.00	Mutiara Qolbu
20.30-21.00	Siraman Rohani	21.00-22.00	Musik Etnik
21.00-22.00	Musik Etnik	22.00-23.00	Tembang Kenangan
22.00-23.00	Tembang Kenangan	23.00	Tutup
23.00	Tutup		

Keterangan Lagu : Khusus Jam Siar Pukul 21.00-22.00	
Hari Senin	Lagu Minang
Hari Selasa	Lagu Lampung
Hari Rabu	Lagu Campur Sari
Hari Kamis	Lagu Sunda
Hari Jum;at	Lagu Btang Hari Sembilan
Hari Sabtu	Lagu India
Hari Minggu	Lagu Keroncong

Sumber: Dokumentasi Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung.¹⁰¹

¹⁰¹ Ibid.

6. Aspek Program Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung

Segmen Target Pendengar (Kelompok Usia)

Tabel.III

Kelompok Usia	%
Dibawah 15 tahun	20%
15 sampai dengan 19 tahun	10%
20 sampai dengan 24 tahun	5%
25 sampai dengan 29 tahun	5%
30 sampai dengan 34 tahun	10%
35 sampai dengan 39 tahun	28%
40 sampai dengan 50 tahun	35%
Diatas 50 tahun 5%	5%
Jumlah	100%

Sumber: Dokumentasi Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung.¹⁰²

¹⁰² Ibid.

**Segmen Target Pendengar
(Tingkat Pendidikan)**

Pendidikan Terakhir	%
Tidak Tamat SD	5%
Tamat SD	10%
Tamat SLTP	10%
Tamat SLTA	30%
Akademi	15%
Perguruan Tinggi	30%
Jumlah	100%

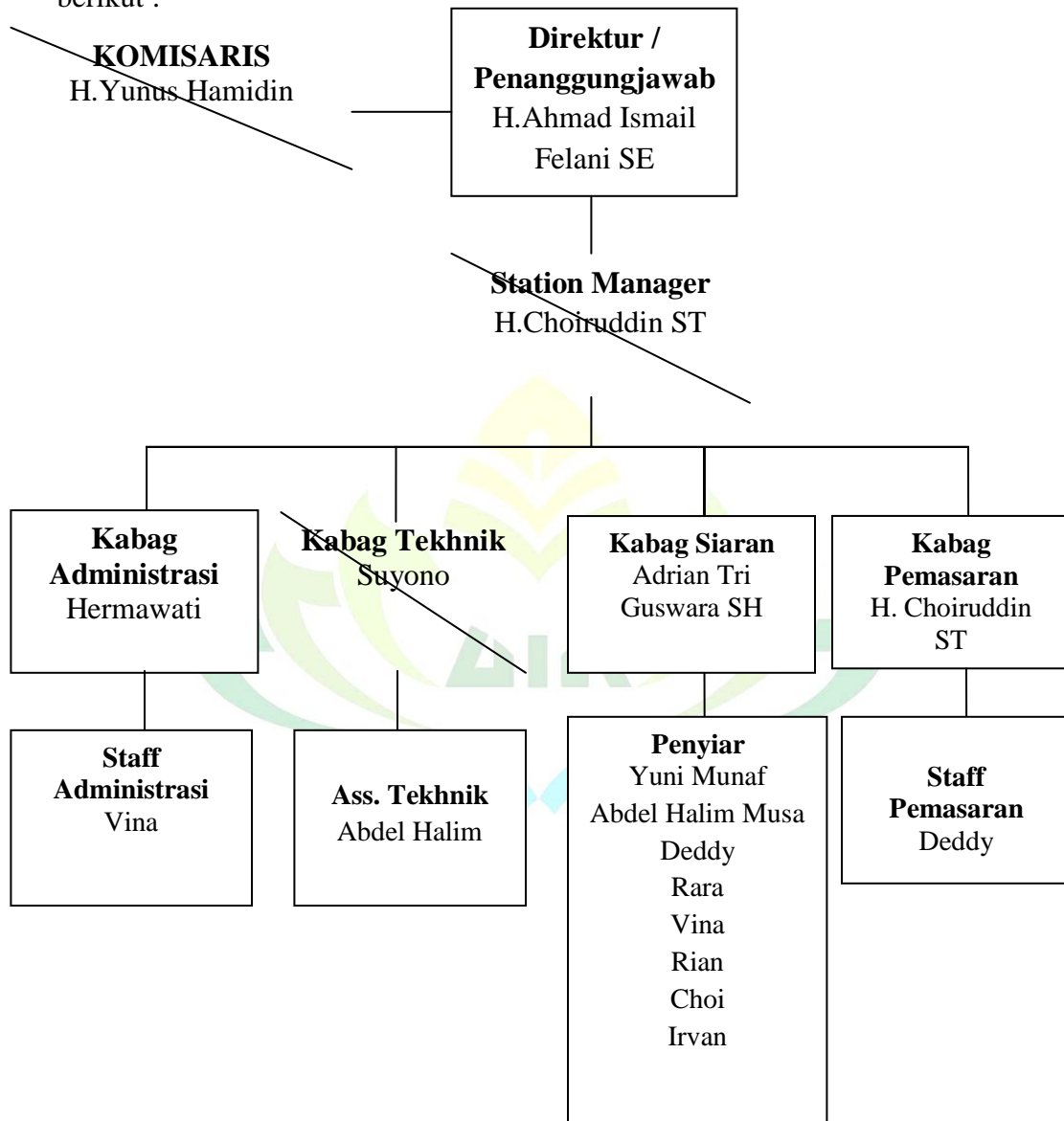
**Segmen Target Pendengar
(Jenis Kelamin)**

Jenis Kelamin	%
Pria	40%
Wanita	60%
Jumlah	100%

7. Struktur Organisasi Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung

Untuk memperjelas komponen-komponen atau unit-unit kerja dalam sebuah organisasi maka perlu dibentuk struktur organisasi. Struktur organisasi menunjukkan pembagian kerja kepada setiap anggota dalam suatu organisasi. Dengan adanya struktur organisasi maka kedudukan, tanggung jawab dan tugas para anggota organisasi dapat terlihat dengan jelas.

Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung telah membuat struktur organisasi, adapun struktur organisasi Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung adalah sebagai berikut :



8. Strategi Komunikasi Dakwah Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung

Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung dalam merumuskan strategi komunikasi dakwah agar berjalan dengan baik meliputi beberapa unsur, penulis melakukan wawancara secara langsung melalui pertemuan dengan Station Manajer dan juga sebagai penyiar Radio La Nugraha Lampung, berikut pemaparannya :

Strategi komunikasi dakwah yang dilakukan radio 97,6 FM adalah melakukan Perencanaan, pertama menyusun format program, kedua pola acara siaran, ketiga pelaksanaan siaran. Kemudian melakukan Pengorganisasian yang dilakukan Radio 97,6 Fm La Nugraha Lampung yaitu untuk membagi kerja sesuai dengan job, mengelompokkan, mengkordinir setiap karyawan yang bekerja agar tujuan yang tersusun berjalan dengan efektif. Dan yang terakhir yang dilakukan adalah Pengawasan(*controlling*). Evaluasi yang dilakukan radio 97,6 FM La Nugraha Lampung yaitu bertujuan untuk mengontrol kinerja karyawan dan program acara yang telah dirumuskan dalam visi dan misi. Adapun evaluasi yang dilakukan melalui rapat rutin setiap bulan sekali.¹⁰³

Proses penyusunan format siaran yang dilakukan oleh Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung yaitu yang pertama Pembukaan acara yang disampaikan oleh penyiar, materi dakwah yang disampaikan oleh narasumber yang mengisi, dan *closing* acara yang kembali disampaikan oleh penyiar Siraman Rohani”Segmen Mari Tanya Ustad”.

Evaluasi. Tahapan ini adalah tahapan yang tidak boleh terlupakan, dimana evaluasi berfungsi mengukur tingkat kesuksesan suatu program agar menyempurnakan program dalam tahap berikutnya secara berkesinambungan. Seperti khalayak umumnya perusahaan ataupun organisasi, setelah melakukan pelaksanaan

¹⁰³ Choy Rudin, Wawancara dengan Manager Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung, Tanggal 28 Mei 2018)

kegiatan yang telah ditetapkan sebelumnya, maka akan timbul suatu permasalahan atau pokok pikiran baru sesuai dengan kejadian yang berkembang di tengah-tengah masyarakat. Evaluasi diperlukan untuk mengetahui kekurangan dan memperbaiki setiap program acara khususnya program acara Siraman Rohani "Segmen Mari Tanya Ustad" yang bertujuan agar mendapatkan hasil yang lebih baik dari setiap segmen acara atau kegiatan sebelumnya.

Kriteria penyiar pada program siraman rohani "segmen mari tanya ustad" Penyiar (*announcer*) adalah orang yang bertugas membawakan atau memandu acara di radio. Semua orang pada dasarnya bisa menjadi penyiar selama dia tidak punya kelainan dalam cara bicara, untuk menjadi penyiar profesional, seseorang harus memiliki kecakapan (*skill*). Seseorang yang memiliki *skill* tidak diragukan lagi kemampuannya.

Penulis memperoleh data tentang kriteria yang harus dimiliki seorang penyiar program siraman rohani "segmen mari tanya ustad" wawancara langsung dengan Station Manager Radio La Nugraha Lampung melalui pertemuan, berikut pemaparannya:

Kriteria yang harus dimiliki seorang penyiar program siraman rohani "segmen mari tanya ustad" pastinya harus komunikatif dalam melakukan wawancara mampu berdialog dengan baik juga sebagai fasilitator yang menjembatani komunikasi antara penceramah dan pendengar. Penyiar harus mahir menjadi moderator karena penyiar dituntut untuk bisa mengatur jalannya program siraman rohani "segmen mari tanya ustad" meliputi *opening dan closing*.¹⁰⁴

¹⁰⁴ Choy Rudin, Wawancara dengan Manager Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung, Tanggal 28 Mei 2018)

Sedangkan kriteria yang harus dimiliki seorang da'i atau penceramah penulis melakukan wawancara langsung dengan Station Manager Radio La Nugraha Lampung.

Kriteria Da'i atau komunikator itu harus netral isi pesan dakwah tidak mengatasnamakan ormas agama melainkan menyampaikan pesan dakwah secara netral. Memiliki suara jelas lugas, berkarakter agar pesan dakwah mudah dimengerti oleh pendengar.¹⁰⁵

Strategi yang digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah di Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung. Penulis melakukan wawancara langsung dengan Station Manager Radio La Nugraha Lampung.

Strategi yang digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah yaitu yang pertama tata bahasa yang mudah dipahami Menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan tidak bertele-tele supaya pendengar mampu memahami dan menerima dengan baik setiap pesan dakwah yang disampaikan. yang kedua menyiapkan materi sebelum siaran Cara yang dilakukan penyiar dalam mempersiapkan materi ialah melakukan dialog dan *sharing* dengan penceramah sebelum acara *live* berlangsung.¹⁰⁶

Strategi komunikasi dalam bentuk isinya, dalam proses siaran yang berlangsung, sering sekali digunakan metode persuasif yakni memengaruhi khalayak dengan jalan membujuk dan metode informatif dimana bentuk isi pesannya bertujuan untuk memengaruhi khalayak dengan jalan memberi penerangan. Berikut kutipan wawancara yang disampaikan oleh Da'i program siraman rohani"segmen mari tanya ustad" :

¹⁰⁵ Choy Rudin, Wawancara dengan Manager Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung, Tanggal 28 Mei 2018)

¹⁰⁶ *Ibid*

Melihat dari penyampaian dakwah saya rasa bentuk strategi komunikasi yang saya digunakan lebih kepada persuasif dikarenakan menekankan ke keterbukaan, kepercayaan dari masyarakat, dengan alasan masyarakat langsung berkomentar ketika ada masalah yang ingin mereka pertanyakan.¹⁰⁷

Hal ini juga diperkuat dari hasil wawancara langsung dari Yuni Munaf selaku penyiar program siraman rohani “segmen mari tanya ustad”

Masyarakat terbuka dengan kita (Radio La Nugraha Lampung) tidak jarang masukan, kritikan dan saran disampaikan langsung oleh mereka selain itu terkhusus dari program siraman rohani “segmen mari tanya ustad” jika ada hal mereka tidak mengerti, mereka akan mempertanyakan karena radio ini masyarakat anggap milik bersama.¹⁰⁸

9. Gambaran Umum Program Siraman Rohani Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung

Siraman rohani merupakan program tausiyah harian yang disampaikan melalui rekaman kaset para Da'i dengan materi yang khas dan menarik sebagai penyejuk aktifitas pagi hari, Program siraman rohani ini berlangsung pukul 05.00-05.30 Senin-Sabtu dan pukul 05.00-06.00 khusus hari minggu. Program ini menyajikan materi yang khas dan menarik sebagai penyejuk aktivitas pagi hari. Salah satu acara yang dikategorikan didalam siraman rohani yaitu “Mari Tanya Ustad” acara ini hadir setiap Senin dan Kamis pagi dari mulai pukul 10.00-11.00. acara ini disajikan dengan tema-tema yang menarik dengan sumber rujukan seperti kitab Kuning, kitab Safinatun Najah, Babul Hadist, Hadist Arbai'n.

¹⁰⁷ Ustad Syarif Thoibin S,pd.I, Penyiar Da'i Acara Siraman Rohani Segmen Mari Tanya Ustad, Wawancara. Studio Siaran (7 Juni 2018).

¹⁰⁸Yunu Munaf, Penyiar Program Acara Siraman Rohani Segmen Mari Tanya Ustad, Wawancara. Studio Siaran (7 Juni 2018).

Pendengar banyak memperoleh pengetahuan seputar masalah islam melalui program ini, terutama yang menyangkut tentang landasan pokok dalam ajaran-ajaran Islam yang bersumber dari Al-Quran dan hadis hal inilah yang difokuskan oleh Da'i di program siraman rohani "Segmen Mari Tanya Ustad" sebagaimana hasil wawancara pribadi dengan kepala bagian penyiar Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung yaitu Adrian Tri Guswara SH.

Informasi atau isi Siraman Rohani "Segmen Mari Tanya Ustad" yang di bawaikan oleh Ustad Syarif Thoibin S,pd.I didominasi dengan membahas landasan pokok ajaran-ajaran Islam seperti Fiqih, Akhlak Tauhid, selain itu juga Ibadah-Ibadah yang menyangkut hubungan sesama manusia tidak luput dari pembahasan Siraman Rohani.¹⁰⁹

Masyarakat (*audien*) Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung dapat mempertanyakan hal-hal yang kurang dimengerti terkait dengan pembahasan yang diangkat oleh narasumber. Berikutnya narasumber memberikan tanggapan atau jawaban atas pertanyaan yang dilontarkan oleh pendengar. Seperti yang diungkapkan oleh penyiar Siraman Rohani "Segmen Mari Tanya Ustad"

Masyarakat pendengar Radio La Nugraha Lampung ketika Ustad Syarif Thoibin atau pengisi acara memaparkan hal-hal yang mereka kurang mengerti maka masyarakat menelfon atau Sms mempertanyakan apa maksud yang disampaikan atau yang dibahas dan Da'i akan langsung menjawab apa yang dipertanyakan oleh *audien* dan menjelaskan maksud dari pembahasan.¹¹⁰

Dari penjelasan-penjelasan diatas penulis menyimpulkan bahwa Melalui program Siraman Rohani "Segmen Mari Tanya Ustad" ini diharapkan masyarakat

¹⁰⁹ Adrian Tri Guswara SH, Kabag Siaran Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung, Wawancara. Kantor PT Radio Kencana Nadaswara (04 Juni 2018).

¹¹⁰Yunu Munaf, Penyiar Program Acara Siraman Rohani Segmen Mari Tanya Ustad, Wawancara. Studio Siaran (4 Juni 2018).

(*audience*) mendapatkan solusi permasalahannya dan menjalankan ajaran-ajaran Islam sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan hadis.



BAB IV

STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH RADIO 97,6 FM LA NUGRAHA LAMPUNG PADA PROGRAM SIRAMAN ROHANI

Bab ini merupakan bagian yang membahas tentang analisa data yang diperoleh dari hasil penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian yang berjudul Strategi Komunikasi Dakwah Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung Pada Program Siraman Rohani. Berdasarkan pembahasan terdahulu yang telah dikemukakan pada BAB II DAN BAB III baik yang bersifat teori maupun data yang telah dihimpun melalui pengumpulan data secara observasi, wawancara dan dokumentasi maka dalam BAB IV ini menganalisa data yang bersifat kualitatif. Pada pembahasan ini akan dijelaskan Strategi Komunikasi Dakwah Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung pada Program Siraman Rohani.

Hakikat Dakwah pada dasarnya adalah mengadakan perubahan sesuai dengan Al-Qur'an dan Al-Hadist, artinya perubahan yang bersifat normatif, sebagai contoh : perubahan dari kebodohan kepada kepintaran, perubahan dari keimanan atau keyakinan yang batil kepada keyakinan yang benar, dari tidak paham agama Islam menjadi paham agama Islam dari tidak mengamalkan ajaran Islam menjadi mengamalkan ajaran Islam dan Allah tidak akan memberi petunjuk dan kemudahan kepada manusia untuk dapat berubah kecuali kalau manusia berjuang dengan ikhlas, tekad yang kuat ikhtiar yang maksimal. Allah berfirman QS. Ar- Ra'd ayat 11.

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

Artinya : “*Sesungguhnya Allah tidak akan merubah Keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri*”(QS. Ar-Rad:11).

Ayat ini jelas menunjukan keadilan Allah dimana Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum kecuali dengan syarat. Syaratnya adalah bahwa mereka harus meniti jalan kebaikan untuk perubahan kearah yang lebih baik, dan jika yang merenalalui jalan kejelekan, maka perubahan pun kearah yang semakin jelek.

Menurut hemat penulis program siraman rohani “segmen mari tanya ustad” yang dilakukan oleh ustad melalui Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung dalam menggunakan materi-materi yang bisa diterima masyarakat dan menarik serta dapat dimengerti oleh semua para pendengar, karena pada materi tersebut ustad mengharapkan para pendengar program siraman rohani “segmen mari tanya ustad” memahami pesan materi yang disampaikan, sehingga masyarakat tersebut dapat menerapkannya dikehidupan sehari-hari.

Program siraman rohani “segmen mari tanya ustad” sudah memenuhi unsur-unsur dakwah, unsure-unsur tersebut adalah :

1. Da’i (komunikator) merupakan orang yang menyampaikan pesan dakwah baik secara lisan, tulisan ataupun perbuatan.

2. Maddah (pesan) merupakan materi yang disampaikan Da'i kepada Mad'u seperti ajaran Islam yaitu : aqidah, syari'ah, dan akhlak baik dalam bentuk verbal, berupa suara, bahasa lisan.
3. Mad'u (masyarakat pendengar radio La Nugraha Lampung), merupakan orang yang dituju oleh Da'i untuk menyampaikan pesannya agar orang yang dituju tersebut mengerti atau paham maksud dari isi pesan yang disampaikan oleh Da'i.
4. Media dakwah merupakan alat yang digunakan untuk menyiarkan dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u, Ustad menyampaikan pesannya melalui sebuah alat berupa mikrofon.
5. Efek dakwah, merupakan pengaruh yang ditimbulkan dari pesan yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u. dimana da'i harus mampu merubah mad'u untuk sebuah tingkah laku yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu.

Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung yang mengudara sejak tahun 2000 radio ini dijadikan sebagai sarana dakwah dan syiar islam dengan tujuan dapat menjadikan masyarakat kearah yang lebih baik. Oleh karenanya sangat penting radio ini dalam penyebaran ajaran-ajaran Islam memiliki strategi komunikasi dalam menyampaikan dakwahnya.

Berdasarkan dari hasil analisis data lapangan berkenaan dengan Program Siraman Rohani "Segmen Mari Tanya Ustad" Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung. penulis menggunakan teori komunikasi Harold D. Lasswell dinyatakan bahwa cara

yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi ialah menjawab pertanyaan

Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?

Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung dalam merumuskan strategi komunikasi agar program siraman rohani”segmen mari tanya ustad” agar berjalan dengan baik meliputi beberapa unsur :

1. Perencanaan

Perencanaan yang dilakukan radio 97,6 FM La Nugraha Lampung ialah pertama menyusun format program, kedua pola acara siaran, ketiga pelaksanaan siaran.

2. Pengorganisasian

Pengorganisasian yang dilakukan Radio 97,6 Fm La Nugraha Lampung yaitu untuk memebagi kerja sesuai dengan job, mengklompokkan , mengkordinir setiap karyawan yang bekerja agar tujuan yang tersusun berjalan dengan efektif.

3. Pengawasan(*controlling*)

Evaluasi yang dilakukan radio 97,6 FM La Nugraha Lampung yaitu bertujuan untuk yaitu untuk mngkontrol kinerja karyawan dan program acara yang telah dirumuskan dalam visi dan misi. Adapun evaluasi yang dilakukan melalui rapat rutin setiap bulan sekali,

Adapun hasil dari strategi komunikasi dakwah yang dilakukan Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung, dengan teori yang diungkapkan Harold D. Lasswell adalah meliputi unsure-unsur sebagai berikut:

1. Komunikator

Komunikator dalam program acara siraman rohani terdiri dari penyiar/presenter dan ustadz. Memilih penyiar radio 97,6 FM La Nugraha Lampung memberikan beberapa criteria yang harus dipenuhi antara lain sebagai berikut :

a) Kriteria Penyiar

Penyiar La Nugraha harus komunikatif dalam melakukan wawancara maksudnya ialah penyiar mampu berdialog dengan baik juga sebagai fasilitator yang menjembatani komunikasi antara penceramah dan pendengar.

- b) Penyiar La Nugraha Lampung harus mahir menjadi moderator karena penyiar dituntut untuk bisa mengatur jalannya program siraman rohani “segmen mari tanya ustad” meliputi *opening dan closing*.

Sedangkan kriteria yang harus dimiliki seorang da'i atau penceramah adalah sebagai berikut :

c) . Kriteria ustadz

- 1) Komunikator harus netral

Isi pesan dakwah tidak mengatasnamakan ormas agama melainkan menyampaikan pesan dakwah secara netral.

d) Memiliki suara jelas

Suara komunikator harus jelas, lugas, berkarakter agar pesan dakwah mudah dimengerti oleh pendengar.

2. Pesan (tema program siraman rohani)

Strategi yang digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah adalah sebagai berikut :

1). Tata bahasa yang mudah dipahami

Menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan tidak bertele-tele supaya pendengar mampu memahami dan menerima dengan baik setiap pesan dakwah yang disampaikan.

2) Menyiapkan materi sebelum siaran

Cara yang dilakukan penyiar dalam mempersiapkan materi ialah melakukan dialog dan *sharing* dengan penceramah sebelum acara *live* berlangsung.

Materi yang disampaikan program siraman rohani “segmen mari tanya ustad” secara garis besar meliputi :

a). Tema fiqih

Berhubungan tentang ibadah seperti tentang shalat, zakat, ibadah puasa dan mengenai *munakahad*(pernikahan)

b). Tema akhlak

Tema ini membahas mengenai perilaku seseorang dengan orang lain adapun contoh tema yang dibahas ialah *ukhwah islamiah*.yang memupuk rasa kasih sayang sesama manusia.

c). Tema tauhid

Tema tauhid ialah yang berhubungan dengan keesaan Allah SWT sebagai pondasi terhadap keimanan seseorang terhadap Allah SWT.

d). Tema ibadah sosial

Menyangkut hubungan manusia dengan tuhan (Allah SWT)

Melalui kegiatan-kegiatan sosial.

3. Pemilihan Media

Strategi yang digunakan Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung dalam pemilihan media adalah menggunakan daya pancar yang baik agar bisa dijangkau oleh pendengar, kedua alat-alat yang digunakan untuk siaran memiliki kualitas yang bagus seperti komputer, *mikrophone* dan telephone.

4. Segmentasi Pendengar La Nugraha Lampung

Segmentasi khalayak pendengar radio 97,6 FM La Nugraha Lampung di kelompokkan menjadi beberapa bagian:

1). Umur

Segmentasi pendengar utama Radio La Nugraha Lampung ialah umur 25 hingga 50 tahun. Adapun diatas usia 50 tahun dan usia dibawah 12 tahun tidak menjadi fokus utama sasaran radio La Nugraha tetapi berhak menyimak dan mendengarkan semua program yang disajikan.

2). Pendidikan

Dilihat dari jenjang pendidikan pendengar La Nugraha Lampung adalah pendengar setingkat SLTA, dan Perguruan tinggi. Sementara yang lulus

SD, atau sedang usia TK-SD tidak menjadi fokus utama Radio La Nugraha Lampung.

3). Jenis Kelamin

Radio La Nugraha Lampung tidak membatasi dan membedakan jenis kelamin antara laki-laki dan perempuan dalam menyimak atau mendengarkan siaran program siraman rohani.

5. Umpan Balik

Umpan balik yang terjadi dalam program siraman rohani “segmen mari tanya ustad” antara pendengar dan komunikator terjadi secara langsung. Adapun umpan balik secara langsung melalui telephone atau SMS.

6. Efek program siraman rohani”segmen mari tanya ustad” setelah mendengarkan program siraman rohani pendengar menjadi lebih tahu dan menambah ilmu wawasan yang lebih luas khususnya ilmu agama islam.

Strategi komunikasi dalam bentuk isinya, dalam proses siaran yang berlangsung, sering sekali menggunakan beberapa metode :

1. metode persuasif yakni memengaruhi khalayak dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikiran maupun perasaannya. Strategi komunikasi dalam bentuk isinya menggunakan metode persuasif karena menekankan ke keterbukaan, kepercayaan dari masyarakat, dengan alasan masyarakat langsung berkomentar ketika ada masalah yang ingin mereka pertanyakan dan

2. metode informatif dimana bentuk isi pesannya bertujuan untuk memengaruhi khalayak dengan jalan memberi penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat yang benar pula. Masyarakat terbuka dengan (Radio La Nugraha Lampung) tidak jarang masukan, kritikan dan saran disampaikan langsung oleh mereka selain itu terkhusus dari program siraman rohani “segmen mari tanya ustad” jika ada hal mereka tidak mengerti, mereka akan mempertanyakan karena radio ini masyarakat anggap milik bersama

Dalam hal strategi komunikasi dakwah di radio 97,6 FM La Nugraha Lampung pasti ada faktor pendukung dan penghambat dalam mengudara. Faktor pendukung diantaranya :

1. Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung peduli terhadap kebutuhan spiritual pendengarnya. Ketika Da'i berhalangan mengisi acara secara on air maka da'i tersebut sudah mencari pengganti untuk tetap melakukan siaran dakwahnya.
2. Adanya kerjasama antara crew radio dalam menyusun rencana program siaran
3. Banyak masyarakat yang antusias dengan adanya Radio La Nugraha Lampung agar radio ini terus eksis.

Faktor penghambatnya yaitu lebih kepada sarana dan prasarana Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung karena terkadang adanya gangguan teknis dan alam.

Adapun kiyat-kiyat khusus yang dilakukan pengurus Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung agar tetap eksis dan siarannya selalu didengar oleh khalayak yaitu dengan meningkatkan program acara dan mutu siaran karena hidupnya suatu radio ditentukan oleh program acaranya. dan tentunya harus didukung oleh sarana dan prasarana.

Hasil yang dicapai Radio La Nugraha Lampung setelah merumuskan strategi komunikasi dakwah pada program siraman rohani “segmen mari tanya ustad” Dalam setiap tindakan dan perbuatan akan selalu membuahkan hasil dari tindakan itu sendiri. Baik atau tidaknya hasil tersebut diukur dengan kesungguhan dan kesabaran dalam melakukan perbuatan tersebut. Begitupun dengan Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung dalam merumuskan startegi komunikasi dakwah.

Setelah strategi-strategi diatas di jalankan dengan maksimal maka hasil yang dicapai dalam strategi komunikasi Dakwah Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung pada Program siraman rohani “segmen mari tanya ustad” berhasil. Penulis berpendapat berhasil karena:

1. Strategi yang dijalankan Radio La Nugrha Lampung sudah sesuai dengan teori yang ada.
2. Pendengar menjadi lebih antusias dan dapat menyimak siaran Siraman Rohani.

3. Dengan adanya Program siraman rohani Masyarakat Lampung dapat penyegaran-penyegaran secara jasmani maupun rohani.



BAB V

KESIMPULAN, SARAN DAN PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah diuraikan secara rinci pada pembahasan di bab-bab sebelumnya, maka selanjutnya dapat ditarik suatu kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditentukan yaitu bagaimana strategi Komunikasi Dakwah Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung Pada Program Siraman Rohani, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa :

1. Strategi komunikasi Radio La Nugraha Lampung 97,6 FM dalam menyampaikan pesan dakwahnya menggunakan tiga tahapan yaitu, Perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan (*controlling*) sehingga program yang dijalankan Radio La Nugraha dapat berjalan dengan baik.
2. Strategi dalam menyampaikan pesan dakwah di Radio La Nugraha Lampung jika dikaitkan berdasarkan teori Lasswell maka efek yang didapat dari siaran siraman rohani tersebut adalah menjadikan komunikator mengajak komunikan kearah yang positif.
3. Strategi komunikasi dalam bentuk isinya, dalam proses siaran yang berlangsung, menggunakan metode persuasif dan metode informatif

yang sering digunakan, yakni menekankan keterbukaan, kepercayaan dari masyarakat.

B. Saran

- 1) Untuk pengelola Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung seyogyanya meningkatkan kualitas dan kuantitas program acara siraman rohani ”segmen mari tanya ustad”, sehingga benar-benar dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah umat islam.
- 2) Hendaklah da’i lebih mengoptimalkan kualitas materi-materi yang disampaikan agar semakin meningkatkan pengetahuan khususnya pendengar Radio La Nugraha Lampung
- 3) Untuk civitas akademika khususnya Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi sudah seharusnya melakukan kerjasama dengan Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung, kehadirannya dapat dimanfaatkan sebagai sarana praktek bagi mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

C. Penutup

Alhamdulillah penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan jasmani dan rohani sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari yang diharapkan, namun penulis telah berusaha semaksimal mungkin agar dapat tercapai tujuan yang sebaik-baiknya. Oleh karena itu kritik dan saran

bimbingan yang bersifat membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi kesempurnaan tulisan skripsi ini.

Selain itu penulis mengharapkan semoga tulisan ini memberikan sumbangan pemikiran dan menambah ilmu pengetahuan terutama berkaitan dengan lembaga pemerintahan yang bersifat mewadahi aspirasi masyarakat. kepada semua pihak yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini, penulis haturkan ucapan terima kasih dan memohon doa semoga Allah SWT berkenan memberikan pahala berlipat ganda disisi-Nya. Amiin.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Amrullah, *Dakwah Islam Dan Perubahan Sosial*, Yogyakarta : Primaduta, 1991.
- Andi Abdul Muis, *Komunikasi Islami*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2001.
- Andry Dermawan, *Ibda Bi Nafsika Tafsir Baru Keilmuan Dakwah*, Tiara Wacana: Yogyakarta, 2003.
- Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi*, Bandung: PT Amrico, 1989
- Alo Liliweri, *Komunikasi Serba ada Serba Makna*, Jakarta : Kencana, 2011.
- Asep Syamsul, *Broadcast Journalism Panduan Menjadi Penyiar Reporter dan Script Writer*, Bandung : Nuansa, 2010.
- Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta : Rineka Cipta, 2011.
- Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta : Salemba Empat, 2016.
- Amirullah, *Manajemen Strategi* Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015.
- Bintoro Tjokro Wijoyo dan Mustafat Jaya, *Teori dan Strategi Pembangunan Nasional*, Jakarta : Gunung Agung, 1990.
- Badarudin, *Strategi Dakwah Pondok Pesantren Riyadhus Sholihin Dalam Pemberdayaan Komunikasi Sosial Pada Kelurahan Kota Baru Tanjung Karang Timur Bandar Lampung*, Bandar Lampung : IAIN Raden Intan Lampung, 2016.
- Bambang Ma'Arif, *Psikologi Komunikasi Dakwah Suatu Pengantar* Bnadung: Simbiosis Rekatam Media, 2015.
- Burhan Bungin. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PrenadaMedia, 2005.
- Cangara, Hafidz, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005.
- David, Thomas L. Wheleen, *Manajemen Strategis*, Yogyakarta : Andi, 2003.

- Djaman Satori. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta cv, 2014.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Bandung : Diponegoro, 2014.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta : Pusat Bahasa. 2008.
- Fatmasari Ningrum, *Sukses Menjadi Penyiar, Scriptwriter, dan Reporter Radio* Jakrta : Penebar Swadaya, 2007.
- Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Jakarta : Rajawali Press, 2010.
- Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Gajahmada universitas Pers: Yogyakarta, 1998.
- Ismail Solihin, *Pengantar Manajemen*, Bandung : Erlangga, 2009.
- Irham Fahmi, *Manajemen Strategi*, Bandung : Alfabeta. 2014.
- Kaelan, *Metode Penelitian Kualitatif Interdisipliner: Bidang Sosial, Budaya, Filsafat, Seni, Agama, dan Humaniora*, Yogyakarta : Paradigma, 2012.
- Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah penerapan strategi komunikasi dalam dakwah*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- Morissan, Andy Corry Wardhani dan Farid Hamid, *Teori Komunikasi Massa* Bogor : Ghalia Indonesia, 2010.
- Marisson, *Manajemen media penyiaran strategi mengolah Radio dan Televisi*, Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2008.
- Margono, *Metodelogi Penelitian Pendidikan*, Jakarta : Rineka Cipta, 1997.
- Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, Jakarta : Kencana, 2013
- Moeryanto Ginting Munth, *Media Komunikasi Radio* Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996.
- Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Jakarta : Prenada Media Group, 2004.
- M. Munir, *Manajemen Dakwah*, Jakarta : Prenada Media Group, 2006.
- M. Munir, *Metode Dakwah* Jakarta : prenada media, 2006.
- M. Munir, *Manajemen Dakwah*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Nana Sudjana, *Tuntunan Karya Ilmiah : Makalah, Skripsi, Tesis, Disertasi*, Bandung : Sinar Baru, 1991.

- Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta : Balai Pustaka, 2001
- Sutrisno Hadi, *Metodelogi Research*, Yogyakarta : Andi Offset, 2000
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* Jakarta:Rineka Cipta,1998.
- Sondang P.Siagian, *Analisis Serta Perumusan Kebijaksanaan dan Strategi Organisasi*, Jakarta : Gunung Agung, 1985.
- Suharsin Arikunto,*Produser Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*, Rineka Cipta: Jakarta, 1998.
- Syaiful Bahri, Aswan Zain, *Strategi Belajar Mengajar*, Jakarta : PT Rineka Cipta, 2010.
- Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2010
- Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Buku Press,2014.
- Zulkifli Mustan, *Ilmu Dakwah*, Makassar : Pustaka Al-Zikra, 2005.
- Naifu, “Dakwah Media Massa”(On-Line), tersedia di : <http://naifu.wordpress.com.dakwah-media.masa>. (9 januari 2018)
- Habib, “Dakwah Melalui Dunia Maya”(On-Line), tersedia di: <http://zamrishabib.wordpress.com>, dakwah-melalui dunia maya. diakses (29 desember 2017)
- “Radio Sebagai Media Dakwah”(On-Line), tersedia di: <http://www.islamcendekia.com>, di akses (15 februari 2018)

LAMPIRAN

LAMPIRAN





KEMENTERIAN AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat : Jl.Letkol H Endro Suratmin, Sukarama, Bandar Lampung. Tlp. (0721) 704030

KARTU KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Endang Rismawati

NPM : 1441010246

Pembimbing I : Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si

Pembimbing II : Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos, M.Sos.I

Judul Skripsi :Strategi Komunikasi Dakwah Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung Pada Program Siraman Rohani

No	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf	
			Pemb. I	Pemb.II
1	05-12-2017	Bimbingan Proposal Skripsi		
2	17-01-2018	Bimbingan Proposal Skripsi		
3	02-03-2018	ACC Seminar Proposal Skripsi		
4	12-03-2018	Perbaikan Bab I & II		
5	26-03-2018	Perbaikan Bab I & II		
6	24-04-2018	Bimbingan Bab III		
7	03-05-2018	Bimbingan Bab I sampai IV		
8	26-06-2018	Bimbingan Bab I sampai V		
9	31-06-2018	ACC Bab I sampai V		

Mengetahui

Ketua Jurusan KPI

Bambang Budiwiranto, M.Ag.MA(AS),Ph.D
NIP. 197303191997031001

DAFTAR SAMPEL

No	Nama Sample	Keterangan
1	Coyrudin	Menejer Radio La Nugraha Lampung
2	Adrian Tri Guswara	Kepala bagian penyiar
3	Yuni Munaf	Penyiar Program Siraman Rohani
4	Syarif Thoibin	Da'i



PEDOMAN PENGUMPULAN DATA

A. PEDOMAN INTERVIEW (WAWANCARA)

1. Bagaimana awal berdirinya Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung?
2. Berapa jumlah Karyawan yang ada di Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung?
3. Bagaimana struktur organisasai di Radio La Nugraha Lampung?
4. Apa saja visi misi dari radio La Nugraha Lampung?
5. Program acara apa saja yang disajikan?
6. Bagimana sejarah program siraman rohani di Radio La Nugraha Lampung?
7. Apa saja materi yang diberikan dalam Program Acara Siraman Rohani “Segmen Mari tanya Ustad”
8. Apa manfaat secara umum adanya radio La Nugraha Lamung ini ditengah masyarakat?
9. Apa manfaat program siraman rohani di Radio Lanugraha Rampung ditengah masyarakat?
10. bagaimana tanggapan masyarakat atas adanya program siraman rohani/segmen mari tanya ustad?
11. Bagaimana Strategi Komunikas Dakwah pada program siraman rohani “mari tanya ustad”
12. Apa yang diharapkan dari Radio ini dengan adanya program siraman rohani di Radio La Nugraha Lampung?

B. PEDOMAN OBSERVASI

Mengamati Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung baik kegiatan Siaran pada Program Siraman Rohani “Segmen Mari Tanya Ustad” maupun bangunan fisik, tempat kegiatan, sarana dan prasarana.

C. PEDOMAN DOKUMENTASI

DAFTAR DOKUMENTASI YANG AKAN DIAMBIL

NO	NAMA DOKUMEN	HASIL DOKUMENTASI	SUMBER DOKUMENTASI
1	Profil Radio	Gambaran Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung	Radio 97,6 Fm La Nugraha Lampung
2	Struktur Organisasi	Struktur Organisasi Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung	
3	Visi dan Misi Radio	Visi dan Misi Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung	
4	Program-program Acara	Mencatat Seluruh Program Acara yang ada di Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung	
5	Identitas Radio	Mencatat Identitas Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung	
6	Dokumen Tambahan	Mencatat secara umum hal-hal yang perlu untuk kelengkapan data	
7	Foto-Foto Kegiatan	Foto-Foto kegiatan yang dilaksanakan	



Foto Studio dan Kegiatan Penyiarnya Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung





Proses Penyiaran Program Siraman Rohani “Segmen Mari Tanya Ustad” bersama Yuni Munaf dan Narasumber Ustad Syarif Thoibin





Proses Penyiaran Program Siraman Rohani “Segmen Mari Tanya Ustad” bersama Yuni Munaf dan Narasumber Ustad Syarif Thoibin





Foto bersama Penyiar Program Siraman Rohani

